



DēLonghi Group

R

Report di
Sostenibilità

2022



Sommario

	1 Il Gruppo De' Longhi	3
	Chi siamo e dove operiamo	4
	Realizzare un'impresa di valore	7
	Il nostro percorso di sostenibilità	14
<hr/>		
	2 Le persone del Gruppo De' Longhi	19
	La comunità degli <i>Everyday Markets</i>	22
	Supportare le nostre persone nel percorso di crescita	28
	La sicurezza sul luogo di lavoro	30
<hr/>		
	3 I nostri prodotti, per migliorare la vita di tutti i giorni	31
	Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto	34
	Design ed innovazione per la sostenibilità dei prodotti	46
<hr/>		
	4 La sostenibilità in tutte le fasi produttive	51
	I nostri stabilimenti	54
	La responsabilità lungo tutta la catena del valore	57
	Ridurre la nostra impronta ambientale	60
<hr/>		
	5 Nota metodologica	68
<hr/>		
	6 Allegati	75
<hr/>		
	7 GRI Content Index	81



1

**Il Gruppo
De' Longhi**



1.1 Chi siamo e dove operiamo



Quotata nel Mercato Euronext Milan gestito da Borsa Italiana, De' Longhi S.p.A. è la holding di un gruppo di società attivo nella produzione e distribuzione di piccoli elettrodomestici che offrono soluzioni per migliorare la vita di tutti i giorni nei segmenti del caffè, della preparazione e della cottura dei cibi, del comfort (climatizzazione e riscaldamento) e della cura della casa.

Pur avendo profonde radici in Italia, ed in particolar modo a Treviso dove si trova il quartier generale **[GRI 2-1]**, il Gruppo De' Longhi si è da tempo affermato come attore di rilievo a livello internazionale: oltre a sei stabilimenti produttivi situati in Italia, Romania, Svizzera e Cina, attraverso numerose filiali commerciali dirette, una vasta rete di distributori e alcuni negozi di proprietà, il Gruppo è infatti presente e riconosciuto a livello globale.

Fu un radiatore ad olio lanciato nel 1974, il primo elettrodomestico commercializzato a marchio De' Longhi, a contribuire significativamente al successo del primo laboratorio del Gruppo. Da allora, la gamma di prodotti offerti si è ampliata giorno dopo giorno, rendendo il Gruppo De' Longhi un punto di riferimento nel settore Home appliances. Da

sempre caratterizzato dalla capacità di proporre prodotti innovativi e di qualità, nel corso del tempo De' Longhi ha aumentato costantemente la propria notorietà e riconoscibilità, caratterizzandosi per l'offerta di prodotti di spicco diventati, in alcuni casi, vere e proprie icone.

Le recenti acquisizioni della società americana Capital Brands (avvenuta nel 2020), leader mondiale nel segmento dei personal blender, e del Gruppo svizzero Eversys, acquisito nel 2021 e attivo nel segmento delle coffee machine professionali, consente al Gruppo di operare ad oggi sui mercati internazionali con 7 brand: De' Longhi, Kenwood, Braun, Ariete, Nutribullet, Magic Bullet ed Eversys. Tale strategia di acquisizioni ha consentito al Gruppo di consolidare la propria presenza in mercati strategici come quello statunitense, oltre che di ampliare e diversificare ulteriormente la propria proposta di prodotti.

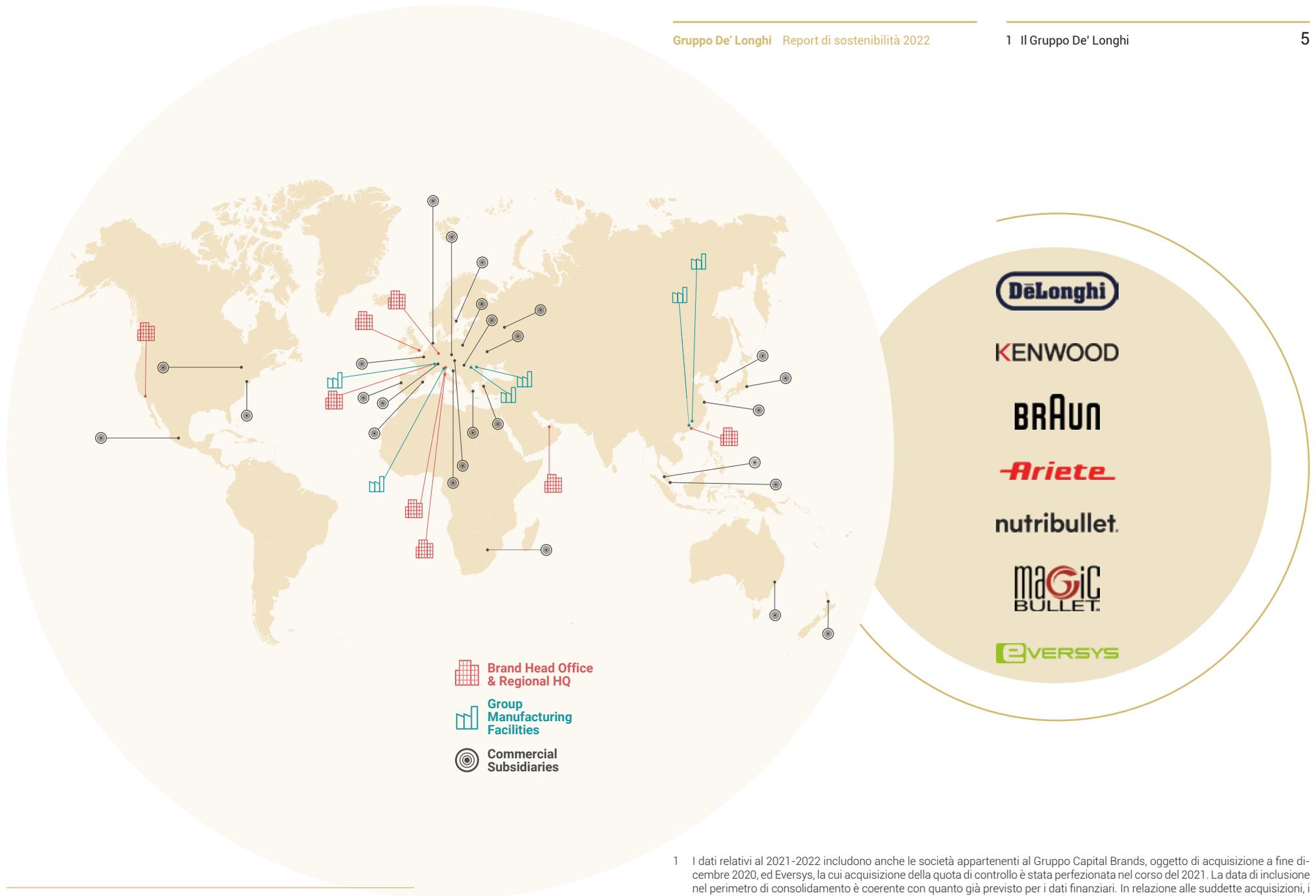


Fig. 1 - I nostri Brand e la presenza del Gruppo nel mondo¹

¹ I dati relativi al 2021-2022 includono anche le società appartenenti al Gruppo Capital Brands, oggetto di acquisizione a fine dicembre 2020, ed Eversys, la cui acquisizione della quota di controllo è stata perfezionata nel corso del 2021. La data di inclusione nel perimetro di consolidamento è coerente con quanto già previsto per i dati finanziari. In relazione alle suddette acquisizioni, i dati relativi al biennio 2021-2022 potrebbero non essere del tutto comparabili rispetto all'esercizio 2020.



L'impatto del conflitto russo-ucraino: la gestione da parte del Gruppo

Fin dai primi mesi dell'anno, il 2022 è stato scenario di un evento che ha influenzato gli equilibri geopolitici e il quadro economico e sociale internazionale, nonché la vita di molte persone, ovvero il conflitto in territorio ucraino. Le conseguenze di tale evento hanno impattato, direttamente o indirettamente, sulle attività del Gruppo, che da un lato ha dovuto fronteggiare l'inasprimento della situazione economica in Europa e dall'altro garantire a tutti i dipendenti presenti in quei territori il rispetto dei diritti umani e dei lavoratori.

Dal punto di vista economico, le conseguenze della guerra si sono avvertite in particolar modo sul mercato europeo, nel quale si è registrata una flessione dei consumi a partire dal secondo trimestre e un'elevata crescita dei costi, soprattutto a livello di fonti energetiche.

Come verrà approfondito nel documento stesso, il Gruppo è inoltre da subito rimasto molto vicino ai propri dipendenti ucraini, sia offrendo opportunità di ricollocamento sia garantendo loro il mantenimento di un salario, assicurando un supporto di tipo economico anche attraverso una raccolta fondi dedicata.

1.2 Realizzare un'impresa di valore

Mantenere un dialogo costante e costruttivo con gli stakeholder, fondato sull'ascolto dei bisogni e delle necessità reciproche, è fondamentale per perseguire con successo gli obiettivi di business prefissati dal Gruppo De' Longhi. Infatti, questo tipo di relazione con i portatori di interesse permette l'instaurazione di un rapporto di fiducia duraturo, coltivato da specifiche funzioni aziendali attraverso una comunicazione in accordo con i principi di trasparenza, correttezza, chiarezza e completezza delle informazioni, tali da agevolare l'assunzione di decisioni consapevoli.

Per aggiornare la mappatura dei suoi principali portatori di interesse, nel corso del 2021 il Gruppo ha coinvolto direttamente il management aziendale in un'analisi degli aspetti legati alla struttura dell'azienda, alla sua supply chain, alle attività direttamente legate al core business e a quelle non strettamente legate ad esso ma che risultano comunque parte integrante della realtà del Gruppo. Tale mappatura, confermata nel 2022, ha permesso l'individuazione di dieci categorie omogenee di stakeholder, suddivise in base alla tipologia di interessi, aspettative, esigenze e relazioni che questi hanno con il Gruppo stesso. Il confronto con ciascuna di esse è personalizzato, in termini di modalità di coinvolgimento e di ascolto, a seconda dell'interlocutore, ma sempre in coerenza con i principi dettati dal Codice Etico di Gruppo.

L'elenco dei principali stakeholder, insieme ai diversi canali di ascolto e comunicazione dedicati a ciascuno di essi, è riportato di seguito:

Fig. 2 - I portatori di interesse del Gruppo De' Longhi [GRI 2-29]

Portatore di interesse	Canale di ascolto/comunicazione	Principali temi emersi
Associazioni di categoria	Assemblee, riunioni periodiche	Diritti dei consumatori, diritti dei lavoratori, performance ambientali
Azionisti	Documenti societari /Assemblee societarie/ Eventi	Performance economica, strategie di business
Comunità e ONG	Incontri periodici, sponsorship di iniziative specifiche	Sponsorizzazioni, impatto sociale, contributo al territorio, sensibilizzazione su problematiche specifiche
Consumatori	Questionari di soddisfazione, panel test, Contact Centers (canali voce, e-mail, chat e social), campagne pubblicitarie, eventi culinari, canale Youtube "How to"	Assistenza al cliente, sicurezza e qualità di prodotto, disponibilità del prodotto, feedback su facilità di utilizzo e soddisfazione del prodotto, privacy
Dipendenti	Employee Engagement Survey, colloqui annuali di valutazione delle performance, incontri periodici di condivisione dei risultati, intranet aziendale per l'accesso a informazioni sul Gruppo, houseorgan di Gruppo, nuovo HRMS	Chiarezza organizzativa, miglioramento gestione delle risorse da parte dei manager, valorizzazione contributo individuale per la società, miglioramento della comunicazione interna e di accesso alle informazioni
Fornitori	Contratti, qualifica e valutazione, incontri periodici	Modalità di gestione del rapporto con i fornitori
Generazioni future	-	Riduzione delle emissioni e lotta al cambiamento climatico
Analisti finanziari e media	Interviste, incontri, road show, conferenze stampa	Performance economica, nuovi prodotti/servizi/modelli organizzativi, iniziative specifiche a sfondo sociale
Partner commerciali	Incontri commerciali, audit	Sicurezza e qualità di prodotto, flessibilità e capacità di adattamento rispetto alle richieste
Università e Centri ricerca	Incontri dedicati, collaborazioni per vari progetti di ricerca	Ricerca ed acquisizione dei talenti, supporto alla ricerca

Per quanto riguarda le associazioni di categoria, il Gruppo De' Longhi aderisce a Confindustria APPLIA Italia, APPLIA Europa e Association of Home Appliance Manufacturers - USA (AHAM), le associazioni che riuniscono le maggiori aziende che operano nel settore degli apparecchi domestici e professionali rispettivamente a livello italiano, europeo e americano. Il Gruppo inoltre è membro di Assoclimate, l'associazione dei costruttori di Sistemi di Climatizzazione, del Comitato Termotecnico Italiano (CTI), del Comitato Elettrotecnico Europeo (CENELEC) e del Comitato Elettrotecnico Internazionale (IEC).

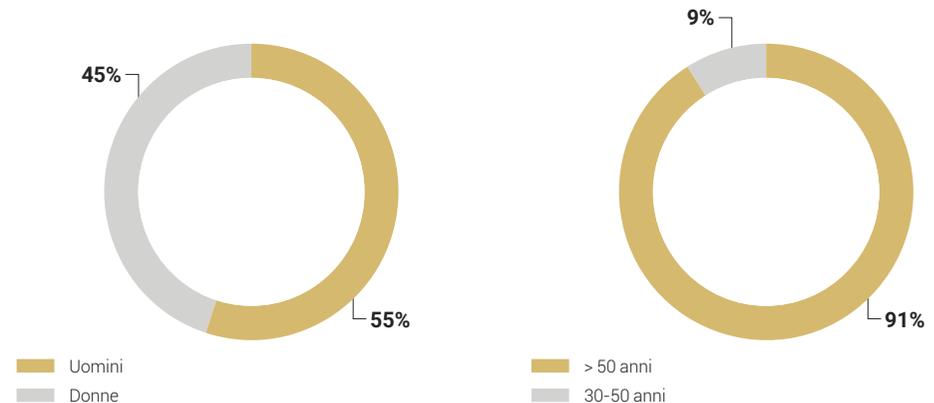
[GRI 2-28]

Struttura societaria e valore generato

Il Gruppo De' Longhi aderisce al Codice di Autodisciplina delle società quotate e in conformità ad esso ha adottato il proprio sistema di governance. Gli organi societari di riferimento della Capogruppo De' Longhi S.p.A. sono l'Assemblea dei Soci, il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale; inoltre, il Consiglio di Amministrazione ha istituito al proprio interno tre comitati con funzioni propositive e consultive e il compito di svolgere adeguata attività istruttoria: il Comitato Remunerazioni e Nomine, il Comitato Indipendenti e il Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità. Quest'ultimo integra l'attività istruttoria nelle valutazioni e decisioni relative agli ambiti non finanziari e, in collaborazione con il Consiglio di Amministrazione e con l'Ufficio Affari Legali e Societari, svolge le attività di monitoraggio e attuazione delle norme in tema di corporate governance. [GRI 2-9a]



Fig. 3 - Composizione del Consiglio di Amministrazione di De' Longhi S.p.A. nel 2022 per genere ed età [GRI 405-1]



L'elezione degli amministratori avviene sulla base di liste di candidati presentate dai soci titolari di una partecipazione almeno pari a quella determinata dalla Consob ai sensi di legge e regolamento, con il vincolo che almeno due candidati di ciascuna lista debbano essere in possesso dei requisiti di indipendenza. La composizione degli organi societari, rinnovati dall'Assemblea del 20 aprile 2022 per il triennio 2022-2024, rispetta inoltre l'impegno del Gruppo di assicurare che il genere meno rappresentato, quello femminile, ottenga almeno un terzo (arrotondato per eccesso) dei componenti del Consiglio di Amministrazione e dei membri effettivi del Collegio Sindacale, impegno peraltro riportato nella Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari per l'anno 2022. Nel 2022, il CdA del Gruppo De' Longhi è costituito da 11 membri,² di cui 6 uomini e 5 donne, registrando un aumento del 12% della quota femminile rispetto all'anno precedente [GRI 2-10]; tutti i membri del CdA garantiscono le

adeguate competenze relativamente agli impatti generati dal Gruppo. [GRI 2-9c]

Ai fini del suo corretto funzionamento e di un'organizzazione efficace, il Consiglio di Amministrazione effettua, almeno in vista del suo rinnovo, una valutazione su dimensione e composizione del Consiglio stesso e dei suoi Comitati; tale valutazione tiene conto del ruolo svolto dal Consiglio nella definizione delle strategie aziendali e nel monitoraggio dell'andamento della gestione, oltre che dell'adeguatezza del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi. Al fine dell'autovalutazione, il Consiglio tiene inoltre conto di elementi quali le caratteristiche professionali, di esperienza e di genere dei suoi componenti, nonché della loro anzianità di carica. Per maggiori informazioni sul ruolo del Consiglio di Amministrazione e sul processo di autovalutazione, si veda la "Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari", disponibile online. [GRI 2-18]

² Degli undici membri, tre sono esecutivi e cinque indipendenti. Il Presidente del CdA, Dott. Giuseppe De' Longhi, attualmente ricopre la carica di Presidente del Consiglio di Amministrazione anche di altre società del Gruppo. [GRI 2-11]

Il valore generato e distribuito dal Gruppo De' Longhi

Il valore generato dal Gruppo nel 2022 ammonta a circa 3.174 milioni di Euro; il 92% di esso (pari a circa 2.914 milioni di Euro) è stato distribuito agli stakeholder secondo la seguente ripartizione: remunerazione dei fornitori di beni e servizi (2.164 milioni di Euro), retribuzione dei dipendenti (357 milioni di Euro), interessi ai fornitori di capitale (277 milioni di Euro), imposte alla pubblica amministrazione (40 milioni di Euro) e liberalità a favore delle comunità (3 milioni di Euro). A queste voci si aggiungono i dividendi agli azionisti, che nel 2022 ammontano a circa 72 milioni di Euro. Infine, il valore economico trattenuto nel 2022 ammonta a 259 milioni di Euro.

Fig. 4 - Il valore generato, migliaia di € [GRI 201-1]

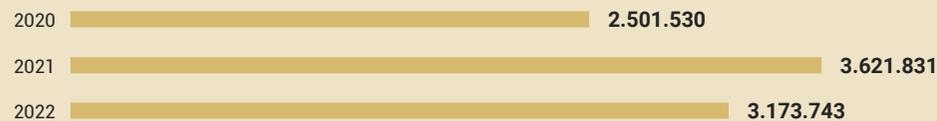
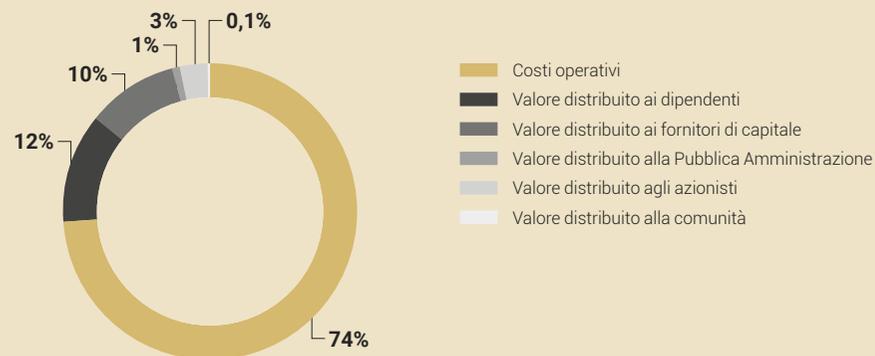


Fig. 5 - Il valore distribuito 2022 [GRI 201-1]



Politiche di remunerazione

La Politica di remunerazione del Gruppo De' Longhi, definita in coerenza con le previsioni normative e in considerazione di quelle statutarie, prevede che i compensi spettanti a ciascun componente del Consiglio di Amministrazione, del comitato esecutivo (ove costituito) e dei Sindaci sia determinata dall'Assemblea degli Azionisti, che delibera, tra le altre cose, sui piani di remunerazione destinati ad amministratori, dipendenti e collaboratori, inclusi i dirigenti con responsabilità strategiche.

Tra i compiti del Consiglio di Amministrazione vi è invece quello di determinare la remunerazione degli amministratori esecutivi e degli altri amministratori che ricoprono particolari cariche e quello di esaminare le proposte del Comitato Remunerazioni e Nomine riguardo la definizione degli obiettivi di performance correlati alla componente variabile della remunerazione degli amministratori. In particolare, la componente variabile del Direttore Generale e dell'Amministratore Delegato è legata al raggiungimento anche di obiettivi non finanziari, comprensivi di specifici KPIs ESG legati alla strategia di sostenibilità del Gruppo. Per ulteriori informazioni sulle politiche di remunerazione, si faccia riferimento alla "Relazione annuale sulla politica in materia di remunerazione 2023 e sui compensi corrisposti 2022", pubblicata online. [GRI 2-19, 2-20]

Etica di business e gestione dei rischi

Il documento attraverso cui il Gruppo disciplina il comportamento delle proprie persone è il **Codice Etico**, che si propone di regolare le relazioni intraprese con soggetti terzi quali clienti, Pubblica Amministrazione e fornitori, che devono essere

caratterizzate da trasparenza, correttezza, integrità, equità, professionalità e lealtà. [GRI 2-23] In ottemperanza a quanto stabilito dal D. Lgs. 231/2001, le società italiane del Gruppo De' Longhi hanno inoltre adottato il "**Modello di organizzazione, gestione e controllo**", aggiornato di recente sia per De' Longhi S.p.A. che per De' Longhi Appliances; l'Organismo di Vigilanza, oltre a comunicare eventuali criticità al Consiglio di Amministrazione³ [GRI 2-16], ha il compito di sorvegliare in maniera indipendente il corretto funzionamento e l'osservanza del Modello stesso, il quale prevede, tra le altre cose, il cosiddetto sistema di Segnalazione - **Whistleblowing: De' Longhi Group Integrity Platform**, uno strumento per la segnalazione e l'identificazione di pratiche di condotta illecita in linea con quanto previsto dallo Standard ISO 37001:2016 (per maggiori informazioni si veda la sezione del sito di Gruppo "Whistleblowing"). Tale piattaforma, attiva ormai da alcuni anni, può essere utilizzata per inviare una segnalazione non solo dai dipendenti del Gruppo, ma anche dai suoi fornitori e clienti. Ogni informazione presente sulla piattaforma viene trattata in forma anonima al fine di tutelare l'identità dei segnalanti, grazie all'utilizzo di un dominio esterno ai sistemi aziendali in grado di trasmettere le informazioni criptate al Comitato di Whistleblowing, un organo formato da quattro membri interni al Gruppo che si occupa di analizzare e dare seguito alle segnalazioni ricevute attraverso attività di verifica. Si sottolinea, tuttavia, come ad oggi non siano pervenute segnalazioni rilevanti [GRI 2-26]. Particolare attenzione viene posta dal Gruppo anche al possibile insorgere di operazioni in conflitto di interesse, rispetto alle quali il Presidente e i consiglieri delegati riferiscono al Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale, nel rispetto di quanto previsto dall'art. 2391 del Codice

3 Non si segnalano criticità rilevanti per il 2022.

Civile: tali comunicazioni vengono effettuate tempestivamente e comunque con periodicità almeno trimestrale, in occasione delle riunioni del Consiglio di Amministrazione e mediante nota scritta indirizzata a ciascun consigliere ed al Presidente del Collegio Sindacale. Alla gestione di potenziali conflitti di interesse è inoltre dedicata una specifica sezione del Codice Etico di Gruppo. [GRI 2-15]

Ogni anno, per promuovere la conoscenza dei principi del Codice Etico e del Modello 231, vengono organizzate sessioni di induction che coinvolgono i neoassunti, in modo tale da fornire a tutti i nuovi dipendenti una panoramica dei concetti fondamentali trattati all'interno dei due documenti. Inoltre, a partire dal 2021 è stata avviata una campagna di sensibilizzazione che prevede la condivisione del Codice Etico a tutti i dipendenti manager ed impiegati nel mondo, sfruttando una modalità che certifica la presa visione dello stesso.

In conformità con i principi stabiliti dall'Autorità di Vigilanza mediante il regolamento Consob n. 17221 del 12 marzo 2010, la Capogruppo dispone poi di una procedura per identificare le operazioni soggette a specifiche regole di istruzione e di approvazione con le parti correlate, grazie alla quale è possibile disciplinare le relazioni intrattenute tra queste ultime e il Gruppo stesso, presidiandone il relativo rischio.

Il tema della gestione dei rischi connessi a comportamenti illeciti e sanzionabili è particolarmente monitorato dal Gruppo, che ha individuato dei modelli di comportamento specifici volti alla riduzione di tali rischi. A questo scopo, a partire dal 2018 il

Gruppo applica a tutte le sue società le **Corporate Governance Guidelines**, delle linee guida che prevedono l'adozione del Codice Etico di Gruppo e descrivono il sistema di deleghe per i poteri di spesa. La loro applicazione è in capo ai responsabili amministrativi preposti nelle diverse filiali attraverso un documento interno accessibile liberamente a tutti i dipendenti.

Il rispetto della conformità a leggi, norme e regolamenti in vigore è gestito e presidiato a livello di Gruppo dalla funzione Legal e dalla Direzione Internal Audit, coadiuvate dal Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili e societari (per quanto di sua competenza). Il presidio della conformità del prodotto e della qualifica e della valutazione dei fornitori è invece demandato alla funzione Quality.

Oltre ad assicurare il rispetto delle norme, della trasparenza e della compliance, il Gruppo si impegna fermamente a controllare che siano definiti e implementati una serie di **modelli comportamentali** che abbiano il fine di ridurre i rischi connessi a possibili condotte illecite e sanzionabili secondo le normative applicabili.

La funzione di Internal Audit e il Dirigente Preposto si occupano anche di presidiare il sistema di Enterprise Risk Management (**ERM**), un modello che negli anni è stato aggiornato regolarmente e che permette al Gruppo di svolgere attività di valutazione e controllo dei rischi aziendali. Negli ultimi anni, in particolare, sono state svolte diverse attività che hanno coinvolto sia la sede centrale che numerose filiali internazionali, volte a integrare la matrice ERM

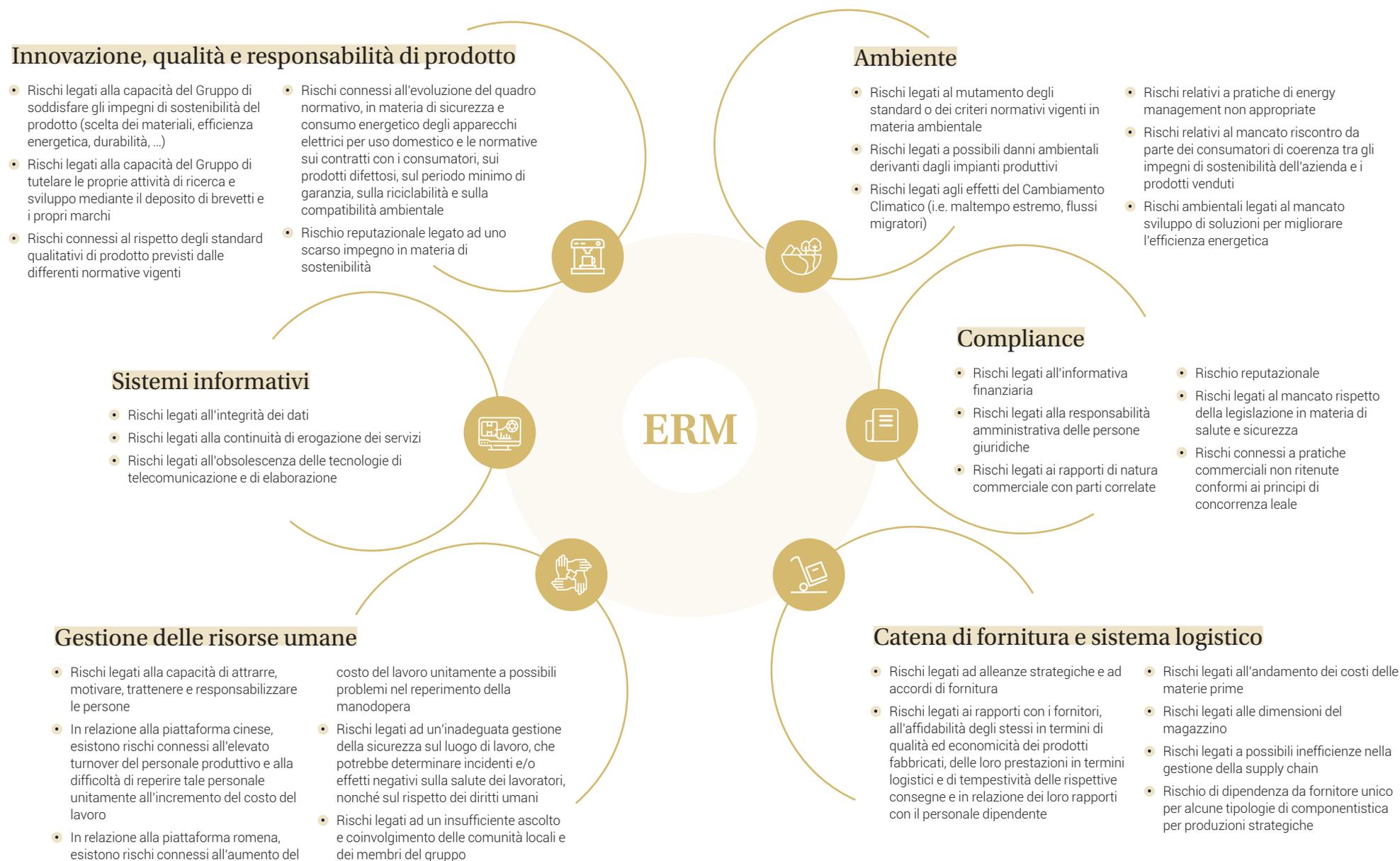
con i rischi percepiti rispetto alle singole aree di competenza dei management a livello internazionale. Recentemente è stata inoltre sviluppata una piattaforma dinamica di Risk Management, la cui fase di roll-out ha avuto inizio nei primi mesi del 2021 coinvolgendo, oltre alla sede centrale, le società più rilevanti del Gruppo. In linea con gli obiettivi prefissati, tale attività è proseguita nel 2022, arrivando oggi a includere tutte le società del Gruppo, fatta eccezione di Capital Brands ed Eversys, che verranno incuse nel corso del 2023. Un'importante novità della piattaforma è sicuramente legata all'individuazione, nel corso del 2022, di nuovi rischi legati al tema della sostenibilità, che vanno ad integrare quello legato al cambiamento climatico già individuato nel 2021.

Nello specifico, i rischi mappati in ambito di sostenibilità risultano essere:

- Circolarità e sostenibilità dei prodotti;
- Compliance in materia di salute e sicurezza;
- Danni ambientali causati dalle operations;
- Rischi per la sicurezza e diritti umani;
- Cambiamento climatico;
- Gestione dell'energia;
- Impatto sugli interessi degli stakeholder;
- Comunità locali;
- Coinvolgimento delle comunità rispetto a iniziative in tema di sostenibilità;
- Pratiche commerciali rispettose della concorrenza (fair trade).

Il meccanismo di funzionamento della piattaforma dinamica consente alle figure selezionate, sempre sotto la stretta supervisione della funzione Internal Audit e del Dirigente Preposto, di aggiornare in maniera autonoma e tempestiva la propria identificazione dei rischi; a questo si aggiunge la possibilità di apportare modifiche alla mappatura dei rischi in relazione ai profili degli utenti, assicurando in questo modo il massimo presidio e la necessaria divisione dei ruoli. In riferimento alla struttura organizzativa, la piattaforma ERM è stata integrata con SAP Success Factors, facendo sì che tutti gli individui sottoposti ad assessment ricevano per tempo un'adeguata formazione, agevolata dalla realizzazione di un apposito modulo di e-learning.

Nella figura di seguito si riportano i principali rischi individuati legati ai temi materiali oggetto di rendicontazione del presente documento.



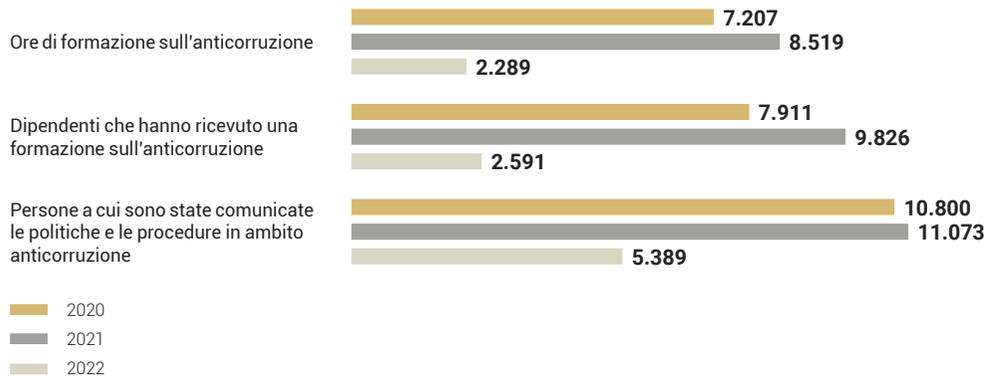
Inoltre, nel corso degli ultimi anni il Gruppo, con l'obiettivo di ridurre al minimo la possibilità del verificarsi di frodi, ha messo in campo diverse iniziative: tra le più rilevanti si citano lo sviluppo del **Programma Antifrode** (introdotta sulla base delle linee guida dell'ACFE - Association of Certified Fraud Examiners) e un progetto per verificare l'insorgere di possibili casi di abuso d'ufficio e di corruzione, volto a incrementare il presidio sulla conformità ai regolamenti interni e alle normative vigenti nei Paesi in cui il Gruppo opera (nonostante il Gruppo De' Longhi non intrattenga relazioni commerciali con la Pubblica Amministrazione).

Ogni anno la funzione Internal Audit, coadiuvata dal Dirigente Preposto, si occupa anche dello svolgimento in tutte le filiali del Gruppo di attività di

monitoraggio e valutazione dell'ambiente di controllo e di audit sui processi, sulle procedure contabili e di conformità alla Legge 262, relativa al processo di informazione finanziaria. L'obiettivo di queste attività è quello di garantire che tutta la documentazione societaria sia attendibile, completa, corretta e tempestiva, coerentemente con quanto riportato nelle procedure operative amministrative e contabili definite a livello di Gruppo. Il piano di audit, che segue un programma condiviso sia con l'Amministratore incaricato che con il Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità, si propone di coprire progressivamente tutte le società del Gruppo, con un focus sulle società più rilevanti, individuate tramite criteri di tipo economico.



Fig. 7 - La formazione in materia di anticorruzione [GRI 205-2]





Nel 2022 sono stati formati specificatamente sui temi dell'anticorruzione 2.591 dipendenti, per un totale di ore di formazione erogate pari a 2.289, in diminuzione rispetto a quanto registrato nel 2021; tale andamento è principalmente riconducibile alla diminuzione del numero di dipendenti (per maggiori informazioni si veda il capitolo *Le persone del Gruppo De' Longhi*). Su tali temi, è stato formato il 42% degli operai del Gruppo, il 14% degli impiegati e il 14% dei dirigenti.

Fig. 8 - Dipendenti formati sui temi dell'anticorruzione nel 2022 per categoria
[GRI 205-2]

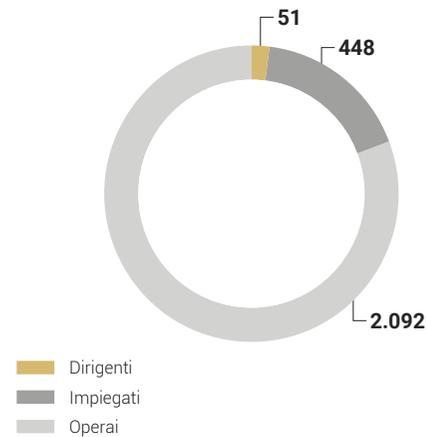
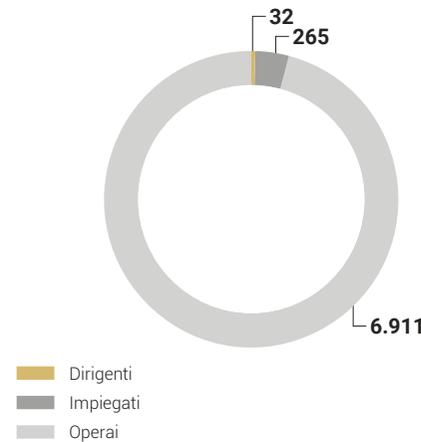


Fig. 9 - Ore di formazione sui temi dell'anticorruzione erogate nel 2022 per categoria
[GRI 205-2]



Nel corso del triennio di rendicontazione (2020-22) non si sono registrati casi di non conformità rispetto alla legge in materia di corruzione [GRI 205-3], né è stata attivata alcuna azione legale per comportamenti anti-competitivi, antitrust e pratiche monopolistiche. [GRI 206-1]

Riguardo i casi di non compliance in ambito di marketing e comunicazione, nel 2022 si è verificato un solo caso di non conformità, alla data di pubblicazione della presente Bilancio di Sostenibilità non ancora accertata dal Ministero, relativo ad un prodotto Braun per il quale l'etichettatura non risultava presente.

Nel 2021 si sono invece verificati 2 casi: il primo, conclusosi in una sanzione pecuniaria, ha riguardato un prodotto Ariete per il quale il Ministero della Salute ha riscontrato che una sostanza chimica, erogata dal prodotto e registrata come disinfettante, era nella fattispecie un detergente. Il Ministero ha pertanto richiesto di modificare il materiale informativo e di marketing del prodotto, omettendo ogni indicazione a sue possibili azioni disinfettanti. Il secondo caso è rappresentato da una non conformità da parte di Capital Brands: per la sua risoluzione si è ricorsi ad una transazione di moderata entità pecuniaria concordata da entrambe le parti. Infine, nel corso del 2020, non si era verificato alcun caso di non conformità. [GRI 417-3]

Infine, si rileva che il Gruppo non eroga contributi di alcun genere (direttamente o indirettamente) a partiti o movimenti politici, organizzazioni politiche e sindacali, né a loro rappresentanti o candidati, in Italia o in paesi esteri. [GRI 415-1]

1.3 Il nostro percorso di sostenibilità

Il percorso di sostenibilità del Gruppo De' Longhi si evolve costantemente anno dopo anno, non limitandosi alle attività di rendicontazione, cominciate nel 2017 con la pubblicazione della prima Dichiarazione Non Finanziaria (DNF) e del primo Report di Sostenibilità e utili al Gruppo per misurare e comprendere le proprie performance di sostenibilità. La redazione di tali documenti ha peraltro contribuito a strutturare un modello di gestione delle tematiche non finanziarie, a definire obiettivi in ambito di Sostenibilità e ad accrescere la consapevolezza del Gruppo stesso rispetto alla necessità di intraprendere un percorso strutturato di integrazione della sostenibilità nel modello di business e nella propria strategia aziendale. In coerenza con quest'ultima, il Gruppo si è da tempo posto l'obiettivo di definire azioni concrete per mitigare i propri impatti generando, al tempo stesso, valore per l'azienda e i propri stakeholder.

Fin dalla prima pubblicazione della reportistica di sostenibilità, il Gruppo ha progressivamente integrato tali tematiche all'interno della propria quotidianità, coinvolgendo numerose funzioni aziendali in un processo ormai consolidato e che è frutto del grande impegno profuso per implementare un modello efficace ed efficiente, in grado di gestire le tematiche non finanziarie e costruire una strategia di sostenibilità che miri al raggiungimento di target specifici. A tal proposito, nel corso del 2021 è stata ripensata la governance di sostenibilità, con una nuova struttura più adeguata al perseguimento del successo sostenibile. Ad oggi, essa si compone dei seguenti organi. [\[GRI 2-9b\]](#)

- il **Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità**: operativo dal 2019, è un comitato endoconsiliare che ha funzioni preliminari, propositive e consultative;
- il **Sustainability Steering Committee**: anch'esso operativo dal 2019, si compone da manager di differenti dipartimenti, aventi la responsabilità di definire la strategia e il relativo Piano di Sostenibilità;
- tre **Focus Group**: si tratta di gruppi rappresentativi di ciascuno dei Pillar identificati dal Gruppo De' Longhi (People, Products e Processes). Per ciascuno di essi è stato identificato un Team Leader, la cui responsabilità è quella di supervisionare e implementare i progetti inclusi nel Piano e corrispondenti alla propria area di competenza;
- un **Group Sustainability Manager**, identificato e nominato nel corso del 2021.



Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità

Comitato interno al CdA con funzioni istruttorie, propositive e consultive in tema di Sostenibilità



Sustainability Steering Committee

Costituito dai top management, definisce la strategia del Gruppo riguardo le tematiche di sostenibilità



Group Sustainability Manager

Gestisce la Sostenibilità di Gruppo



Tre Focus Group

Gruppi rappresentativi di ciascuno dei Pillar identificati dal Gruppo; per ciascuno di essi è identificato un Team Leader, che supervisiona e implementa i progetti inclusi nel Piano corrispondenti alla propria area di competenza

Agli organi sopra descritti è demandata la responsabilità della gestione degli impatti del Gruppo sulle tematiche di sostenibilità; in particolare, le attività del Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità, che si riunisce con la frequenza necessaria per lo svolgimento delle proprie funzioni, sono programmate e coordinate dal suo Presidente, il quale ne convoca, presiede e dirige le riunioni provvedendo poi ad informare il Consiglio di Amministrazione, alla prima riunione consiliare utile, in merito agli argomenti trattati, alle osservazioni, alle raccomandazioni e ai pareri formulati dal Comitato nel corso delle singole riunioni. [\[GRI 2-13\]](#)

Tra i compiti del Sustainability Steering Committee, organo formato anche da membri del CdA, vi è invece quello di aggiornare periodicamente il Consiglio di Amministrazione stesso sugli indirizzi strategici di sostenibilità del Gruppo, contribuendo così ad arricchirne le competenze in tale ambito. [\[GRI 2-17\]](#)

Con l'obiettivo di definire le aree di impegno su cui focalizzare le proprie attività in ambito di sostenibilità, il Gruppo ha recentemente condotto un'analisi delle best practice diffuse nel mondo ESG, delle principali istanze da esso provenienti e delle richieste e aspettative di clienti e partner. Il frutto di queste richieste e del lavoro condotto è convogliato nell'elaborazione di un **Manifesto**, rivolto alle persone del Gruppo, che concretizza il rinnovato impegno in termini di sostenibilità e che si propone di dare vita ad un coinvolgimento trasversale a tutta la community interna.

L'impegno profuso in questi anni ha portato nel 2022 a posare un'ulteriore milestone lungo il percorso di sostenibilità del Gruppo De' Longhi, che ha redatto il suo primo Piano di Sostenibilità, pubblicato all'interno del Manifesto. Il Piano è il frutto di un lungo processo, che ha visto il coinvolgimento di numerose funzioni Corporate non solo nell'individuazione delle aree di commitment, ma anche nella definizione delle iniziative e degli obiettivi ad esse associati. Numerosi tavoli di lavoro ed incontri dedicati hanno quindi reso possibile la creazione di un vero e proprio Piano, che formalizza gli impegni che il Gruppo intende perseguire nel breve, medio e lungo periodo, con l'ambizione di giocare un ruolo da protagonista negli sforzi che la comunità globale sta mettendo in campo per un futuro sostenibile. Approvato nel mese di luglio 2022 dal Consiglio di Amministrazione, il Piano presenta una struttura matriciale che interseca concettualmente le otto aree di impegno e i tre pillar di sostenibilità. [\[GRI 2-12\]](#)

Questi ultimi, sui quali si poggia la strategia di sostenibilità del Gruppo, rappresentano le tre macroaree di impegno all'interno delle quali concentrare la propria attenzione e sviluppare iniziative dedicate che permettano al Gruppo stesso di migliorare anno dopo anno le performance di sostenibilità. [\[GRI 2-22\]](#) Essi sono:

- **People:** le persone rappresentano la forza e l'energia del Gruppo, che si impegna a preservarla e coltivarla creando un ambiente di lavoro stimolante, in grado di attrarre, motivare e favorire la crescita di tutti. Il luogo di lavoro deve infatti rappresentare un ambiente sicuro e sano, animato dall'ambizione ma anche dalla passione, dalla competenza e dal desiderio di lavorare in squadra, rispettando la diversità e il potenziale di ogni individuo;
- **Products:** ogni prodotto del Gruppo De' Longhi è concepito, progettato e realizzato con l'obiettivo di migliorare la vita di chi lo sceglie; per mantenersi leader nei segmenti di mercato in cui opera, per il Gruppo è fondamentale l'innovazione di prodotto, che si traduce in attività di ricerca per migliorare i materiali, la durata dei prodotti e l'efficienza energetica, così come nello sviluppo di tecnologie che permettano e promuovano uno stile di vita sano per tutti i suoi consumatori;
- **Processes:** il Gruppo si impegna a gestire le risorse energetiche in modo responsabile ed efficiente, contribuendo attivamente alla lotta contro il cambiamento climatico. Allo stesso tempo, la priorità comune è quella di garantire il rispetto incondizionato dei diritti umani e delle condizioni di lavoro in ogni fase della produzione, aiutando a prosperare le comunità in cui il Gruppo opera. L'attenzione all'ambiente e all'impatto sociale non si ferma mai, così come non si ferma la catena del valore, che per il Gruppo De' Longhi si chiude su sé stessa per diventare un circolo virtuoso lungo tutto il processo produttivo.



Brand Manifesto

Ad affiancare il Manifesto di Sostenibilità globale *Switch on a responsible day*, a partire da quest'anno tutti i brand del Gruppo hanno preso l'impegno di sviluppare un proprio *Brand Manifesto*, all'interno del quale delineare iniziative e impegni in ambito di sostenibilità, declinati sulla base delle proprie peculiarità.

Il primo brand ad aver pubblicato tale documento strategico è stato De' Longhi, che nel 2022 ha strutturato il proprio manifesto intorno al concetto di *Transforming with integrity*, declinato in tre pilastri sui quali costruire un impegno di lungo termine. Oltre a fornire ai consumatori la possibilità di prendere decisioni più informate, attraverso la collaborazione e il continuo apprendimento il brand si propone di contribuire alla costruzione di un settore del caffè più sostenibile, affrontando sia le sfide ambientali, come il cambiamento climatico e la biodiversità, sia quelle sociali, riguardanti i lavoratori della filiera. Nell'intraprendere tale percorso, il Gruppo ha coinvolto come partner la *Slow Food Coffee Coalition*, un network internazionale che riunisce tutti i partecipanti coinvolti nella catena del valore del caffè, dai coltivatori ai consumatori, e il *World Coffee Research*, un'organizzazione globale che promuove l'innovazione agricola per il caffè.

Trasversalmente ai pillar si inseriscono le otto aree di impegno, ciascuna delle quali è collegata a specifici Sustainable Development Goals (SDGs), definiti nel 2015 dalle Nazioni Unite, cui il Gruppo ritiene di contribuire attraverso le proprie attività quotidiane.

Area di impegno	 People	 Products	 Processes		
 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION					
 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION			Prodotti sostenibili ed innovativi		
 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION			Economia circolare		
 7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY	 13 CLIMATE ACTION				
 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	Catena di fornitura responsabile				
 4 QUALITY EDUCATION	 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH				
 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	 4 QUALITY EDUCATION	Stile di vita ed educazione sostenibile			
 5 GENDER EQUALITY	Benessere e inclusione				

Il processo di individuazione dei temi materiali

Nel corso del 2022, in accordo con le richieste dei nuovi GRI Standard 2021, l'analisi di materialità del Gruppo De' Longhi è stata aggiornata, allo scopo di dare piena e chiara rappresentazione della rilevanza degli impatti economici, ambientali e sociali delle attività del Gruppo stesso.

L'identificazione dei temi materiali per il Gruppo si lega, secondo le prescrizioni dello Standard, all'identificazione degli impatti significativi generati o verosimilmente generabili dalla stessa sull'economia, l'ambiente e le persone, compresi gli impatti sui diritti umani, attraverso le attività e le relazioni commerciali instaurate dal Gruppo stesso; tali impatti possono essere negativi o positivi, a breve o a lungo termine, intenzionali o involontari, reversibili o irreversibili.

In particolare, il processo di **analisi di materialità** si è articolato in quattro fasi principali:

1. Comprensione del contesto in cui opera il Gruppo;
2. Identificazione degli impatti effettivi e potenziali;
3. Valutazione della significatività e della rilevanza degli impatti;
4. Prioritizzazione degli impatti più significativi per la rendicontazione.

In seguito a tale processo è stata individuata e, successivamente, sottoposta per approvazione al Comitato Controllo e Rischi, Corporate Governance e Sostenibilità una lista di tredici temi materiali, tre dei quali inerenti alla sfera ambientale, due relativi alla sfera di governance e otto relativi alla sfera sociale (GRI 2-14); ciascuno di essi è stato associato agli indicatori GRI corrispondenti, da rendicontare all'interno del presente documento.





Etica ed integrità di business

Il Gruppo pone alla base del suo agire il rispetto delle leggi e dei regolamenti dei mercati nei quali opera; il mantenimento e il rafforzamento della reputazione dei propri brand verso tutti i principali stakeholder sostiene la leadership del Gruppo nel settore di riferimento.

Utilizzo dei dati dei consumatori

L'utilizzo dei dati dei propri consumatori e clienti va inteso come tutela dei diritti delle parti interessate e base per il mantenimento della relazione di fiducia con il Gruppo.



People are our power

Salute e sicurezza dei lavoratori

La tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori è alla base della responsabilità del Gruppo verso i propri dipendenti.

Inclusione e Pari opportunità

Per garantire un ambiente di lavoro inclusivo, è fondamentale promuovere un approccio sistemico e trasparente che garantisca il rispetto dei principi di pari opportunità nel processo di selezione del personale, nel lavoro e nell'avanzamento professionale.

Attrazione e sviluppo dei talenti

Attrarre e mantenere all'interno del Gruppo i talenti e mantenere un'alta soddisfazione delle persone è un elemento strategico per il raggiungimento degli obiettivi di business.



Products with a purpose

Sicurezza di prodotto ed etichettatura

La sicurezza dei prodotti, anche alimentare, rappresenta il requisito imprescindibile per garantire la fiducia dei consumatori verso i prodotti e i propri brand.

Innovazione ed eco-design

Gli investimenti in nuove tecnologie rappresentano la base per una continua innovazione di prodotto; nello sviluppo di nuovi prodotti, l'attenzione alle tematiche ambientali si esplicita nella progettazione, per specifiche categorie, di soluzioni con un ridotto impatto ambientale anche nel loro utilizzo da parte del consumatore.

Soddisfazione del consumatore

Per mantenere con i consumatori un rapporto duraturo e di fiducia è indispensabile un'informazione di prodotto corretta e chiara. A questo si unisce un servizio di assistenza capace di ascoltare le esigenze dei consumatori e rispondere velocemente e in maniera esauriente alle loro richieste.

Promozione di stili di vita sostenibili

In quanto leader a livello internazionale in molti mercati in cui opera, attraverso i propri prodotti il Gruppo intende porsi quale azienda capace di ispirare comportamenti e abitudini sostenibili e salutari.



Processes are value in progress

Gestione responsabile della catena di fornitura

La prevenzione e gestione dei rischi legati alla catena di fornitura è una condizione necessaria per assicurare la continuità del business del Gruppo.

Rispetto dei diritti umani

La tutela di condizioni di lavoro rispettose dei diritti fondamentali dell'uomo è parte della responsabilità del Gruppo verso i propri dipendenti e fornitori.

Gestione dei rifiuti ed economia circolare

In una prospettiva di economia circolare è di fondamentale importanza l'utilizzo di materiali riciclati e il recupero dei sottoprodotti dei processi produttivi, che permette di risparmiare sulle materie prime in ingresso e ridurre i rifiuti prodotti; la gestione responsabile di questi ultimi si declina anche nell'attenzione rivolta ad una loro gestione consapevole, incentivandone il riciclo laddove possibile.

Gestione delle emissioni GHG e lotta al cambiamento climatico

Il cambiamento climatico e le sue conseguenze comportano un'attenzione da parte delle aziende verso una gestione oculata e responsabile delle emissioni climalteranti.

Per maggiori informazioni in merito ai temi materiali e al loro processo di individuazione si rimanda alla Nota metodologica.



2

Le persone
del Gruppo
De' Longhi



P

People are
our power

People
are our power

Le persone che lavorano nel Gruppo sono la nostra forza e la nostra energia, che ci impegniamo a preservare e coltivare. Creiamo un ambiente di lavoro stimolante per attrarre, motivare e trattenere le risorse, favorendone la crescita e lo sviluppo. Assicuriamo un luogo di lavoro sicuro e sano, animato dall'ambizione, ma anche dalla passione, dalla competenza e dal desiderio di lavorare in squadra, rispettando la diversità e il potenziale di ogni individuo. Investiamo anche attivamente in progetti e azioni per sostenere le comunità locali in cui operiamo e per aiutarle a crescere e prosperare. Manteniamo viva la nostra umanità, che è una risorsa rinnovabile e inestinguibile.

Il nostro 2022...



Il numero di
dipendenti
del Gruppo

8.555



Le **ore di formazione**
totali erogate dal
Gruppo nel 2022

196.908

(pari a 23 ore per ciascun
dipendente)



Le **donne** del
Gruppo De' Longhi,
che rappresentano
la maggioranza
della popolazione
aziendale

51%



L'**indice di frequenza**
degli **infortuni**

2,9

(-26% rispetto al 2021)

...e le nostre sfide future

Lotta al cambiamento climatico



Organizzare attività/formazione per promuovere comportamenti più sani e un approccio a zero rifiuti all'interno e all'esterno del Gruppo

Ambiente di lavoro sicuro



Rafforzare una cultura della salute e della sicurezza condivisa in tutto il Gruppo

Progettare un nuovo approccio alla Diversità, all'Equità e all'Inclusione per valorizzare l'unicità delle nostre persone a livello globale

Benessere e inclusione



Definire e implementare un approccio globale e un piano di comunicazione su un nuovo modo di lavorare

Progettare un nuovo approccio al volontariato e alle donazioni per rafforzare l'impatto sulle nostre comunità a livello globale

Occuparsi dello sviluppo delle nostre persone, con un programma di formazione globale

2023 Coinvolgere e sensibilizzare le nostre persone e le comunità locali sulle buone abitudini per l'ambiente

2024 Ridurre l'impatto ambientale della nostra politica di viaggio, analizzando il costo degli spostamenti dei dipendenti tra gli uffici o le sedi, promuovendo il car sharing e organizzando riunioni in videoconferenza

2027 100% di veicoli elettrici e/o ibridi nel parco auto aziendale

2023 Guidare i comportamenti individuali attraverso la formazione, la comunicazione e le iniziative per la salute e la sicurezza

2023 Adozione di una policy sulla diversità e l'inclusione

2023 Riconoscere, comprendere e celebrare l'unicità di ogni individuo, creando e sostenendo una cultura in cui le differenze sono valorizzate e rispettate

2025 Aumentare la percentuale di donne in tutte le posizioni manageriali

2024 Aumentare il livello di equilibrio tra lavoro e vita privata, grazie a strumenti di misurazione della valutazione come sondaggi, da effettuare anno dopo anno

2023 Adozione di apposite Linee Guida per la beneficenza

2023 Aumentare la media delle ore di formazione per dipendente ogni anno

2.1 La comunità degli Everyday Makers

Le persone rappresentano uno dei tre pilastri su cui si basa la strategia di sostenibilità del Gruppo De' Longhi, che considera con particolare attenzione il loro percorso di crescita umana e professionale, impegnandosi al tempo stesso nell'attrazione di nuovi talenti. Inoltre, il suo carattere internazionale pone il Gruppo nella posizione privilegiata di chi si confronta quotidianamente con molteplici culture e

tradizioni: forte di questa caratteristica, il Gruppo si dedica alla cura dei rapporti tra le persone che ne fanno parte, promuovendo valori come la passione, la collaborazione e il rispetto, incoraggiando l'adozione di comportamenti corretti e leali e accrescendo il senso di appartenenza, la soddisfazione e la sicurezza sul luogo di lavoro delle proprie persone.



La gestione delle risorse umane a livello di Gruppo è in capo alla Direzione Risorse Umane e Organizzazione, coordinata dalla Chief Corporate Services Officer e strutturata in modo tale da organizzare i ruoli gestionali in macro-cluster che valorizzino le attività di Talent Acquisition, Formazione e Sviluppo delle Risorse Umane e Comunicazione interna.

La funzione HR, che opera a livello centrale, regionale e locale mediante l'utilizzo di strutture dedicate, è responsabile della gestione delle risorse umane del Gruppo a 360°: ad essa sono infatti in capo le attività di ricerca, selezione e inserimento di nuovi talenti e la gestione e lo sviluppo del personale, con un focus sempre maggiore sugli aspetti di engagement e motivazione delle risorse umane; a tutto ciò si aggiungono le fondamentali attività di gestione amministrativa dei rapporti di lavoro, il dialogo con le rappresentanze sindacali ed il presidio delle tematiche di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

Introdotta nel 2020 in seno ad una strategia volta ad aumentare la riconoscibilità del Gruppo a livello globale, la funzione **Talent Acquisition and Employer Branding** svolge ad oggi un ruolo cruciale per le attività del Gruppo, grazie anche allo sviluppo di diverse iniziative finalizzate a migliorare il processo di recruiting, ora più strutturato ed efficace rispetto al passato. A queste si aggiungono l'aggiornamento delle sezioni *People* e *Careers* del sito web corporate, che oggi sono più ricche e attrattive, e la creazione di una pagina globale LinkedIn, in sostituzione di quelle locali e ora gestita a livello centrale. Quest'ultima operazione ha avuto un

riscontro significativo in termini di engagement e di follower, che nel 2022 sono cresciuti sensibilmente rispetto all'anno precedente; il successo di questi risultati si deve anche alla strategia social impiegata durante l'anno, che ha previsto la pubblicazione di numerosi post distribuiti tra cinque filoni tematici: CSR, Formazione, Carriera, Business e Innovazione, che mira alla promozione e divulgazione nel mondo di eventi, iniziative e, più in generale, della filosofia del Gruppo De' Longhi.

Se il Gruppo si adopera costantemente nell'attrazione di talenti esterni, altrettanta attenzione è posta sulle attività volte al miglioramento dell'engagement interno. A tal proposito, nel 2022 è stata promossa l'iniziativa **Staying Together - New Ways of Working**, finalizzata alla diffusione a livello globale di una policy relativa alle nuove modalità di lavoro e che riguarda diversi aspetti fondamentali della vita lavorativa. Il progetto si è articolato in tre fasi: nella prima è stato condiviso internamente un video per presentare i principi fondamentali della nuova policy; nella seconda fase è stata presentata la cosiddetta "Smartiquette", una sorta di protocollo che contiene diverse indicazioni su come lavorare da remoto in maniera efficace. Infine, per la terza fase, nell'ottica di migliorare l'ascolto e di uno scambio continuo di feedback, è stata lanciata una survey per identificare gli ambiti di maggiore rilevanza per le persone del Gruppo in relazione alla nuova modalità di lavoro. Il passo successivo sarà rappresentato dalla redazione di un nuovo piano di azione dedicato al remote working per tutte le società del Gruppo.



La nostra vision

*Nel mondo, Ogni giorno, Al vostro fianco
Un oggetto, Un'emozione, Un'esperienza autentica
Da vivere, Da raccontare*

I nostri valori - *Everyday Markers*

*I valori del Gruppo riflettono chi siamo,
il nostro carattere, il nostro modo di essere e di lavorare.
Sono ideali che guidano l'azione concreta
del Gruppo, attraverso il lavoro quotidiano
delle proprie persone e dei loro progetti.*

Nel 2022 è poi proseguito il progetto **Diversity and Inclusion**, lanciato nel 2021, che ha come obiettivo l'adozione di un approccio sistemico e trasparente per giungere al pieno rispetto dei principi presenti nel Codice Etico di Gruppo, come quelli della pluralità, delle pari opportunità, dell'equità e dell'assenza di qualsiasi tipo di discriminazione. Nel corso dell'anno, il gruppo di lavoro dedicato al progetto ha individuato la diversità di genere come ambito prioritario da trattare: inizialmente è stata condotta una valutazione circa la presenza di donne a tutti i diversi livelli organizzativi, con un focus sul divario retributivo e l'identificazione di azioni correttive volte a colmarlo; successivamente, è stata posta l'attenzione sullo studio dell'esperienza lavorativa delle donne in azienda, per identificarne bisogni e priorità specifiche. A questo scopo sono state svolte delle analisi sia qualitative che quantitative, tramite questionari, interviste e sessioni di incontri collettivi, a cui è seguita la definizione di KPI specifici per monitorare il raggiungimento degli obiettivi. Infine, si è lavorato per definire una roadmap e un conseguente piano d'azione, da applicarsi a livello di Gruppo e che vedrà la luce nel corso del 2023; esso prevede quattro fasi: in quella denominata *diagnose* verranno aggregati ed elaborati i dati raccolti durante il 2022, mentre nella fase *engage* le prime linee aziendali verranno coinvolte in un workshop per definire le priorità del processo di attuazione del piano. Le ultime due fasi, *take action* e *accountability*, verteranno rispettivamente alla definizione di politiche e pratiche per l'implementazione del piano e alla misurazione e successiva comunicazione dei risultati raggiunti.



La risposta di De' Longhi al conflitto ucraino

Una delle sfide che il Gruppo ha affrontato durante il 2022 è stata quella legata alle problematiche e ai rischi connessi allo scoppio del conflitto ucraino, che ha sconvolto gli equilibri europei e impattato direttamente su tutto il Gruppo e, soprattutto, sui dipendenti presenti in Ucraina. Il principale impegno del Gruppo è stato rivolto a garantire la sicurezza dei dipendenti stessi e delle loro famiglie, sostenuti con tutte le misure possibili che potessero salvaguardare la loro incolumità. In questo senso è stata predisposta una task force basata in Polonia che offrì un supporto ai colleghi ucraini, dando loro la possibilità di lasciare il Paese e trovare una destinazione più sicura. Infine, è stata organizzata una raccolta fondi pensata in modo tale che alla somma complessiva versata dai lavoratori venisse corrisposto l'equivalente da parte del Gruppo; quanto raccolto è stato poi distribuito ai dipendenti ucraini, rappresentando un'occasione di unione e solidarietà per il Gruppo, che ha vissuto un momento di forte connessione emotiva.

Il sostegno del Gruppo non ha riguardato solo la sicurezza personale dei dipendenti, ma anche quella economica. Infatti, a tutti i dipendenti, i

promoters e i lavoratori non dipendenti è stata assicurata la continuità del rapporto di lavoro, garantendo così un anno di stipendio dall'inizio del conflitto. Allo stesso tempo sono state offerte, con priorità per i colleghi ucraini, posizioni vacanti all'interno delle filiali commerciali, dei plant e degli headquarters del Gruppo. Per coloro i quali sceglievano di lasciare il Gruppo è stata assicurata una copertura economica di tre mensilità, oltre che un bonus una tantum per supportare l'eventuale necessità di relocation in altri paesi.

Lo scoppio della guerra ha avuto un impatto profondo anche sulla filiale presente in Russia. Le difficoltà economiche locali e le limitazioni al commercio imposte dalle sanzioni internazionali hanno comportato la necessità di ristrutturare l'organizzazione della filiale, al fine di poter mantenere un livello sostenibile per il business.

A fronte della tragedia umanitaria il Gruppo ha poi deciso di dare un sostegno diretto alla popolazione ucraina attraverso donazioni monetarie, per una somma totale di circa un milione di euro, alle organizzazioni che si sono occupate di fornire un supporto concreto alla popolazione coinvolta.



Le persone del Gruppo De' Longhi

Il numero di dipendenti del Gruppo al 31 dicembre 2022 è di 8.555, in diminuzione del 17% rispetto all'organico del precedente esercizio. Gli effetti diretti e indiretti del contesto macroeconomico internazionale hanno avuto delle ricadute, in termini occupazionali, soprattutto sugli stabilimenti cinesi, dove generalmente si registra un tasso di turnover maggiore rispetto alle altre geografie in cui opera il Gruppo.

Nel dettaglio, le donne del Gruppo De' Longhi rappresentano la maggioranza della popolazione aziendale (51%, in linea con il 2021), così come i dipendenti aventi un contratto a tempo indeterminato (93%), in aumento rispetto all'anno precedente (88%).

Fig. 11 - Numero di dipendenti per area geografica [GRI 2-7]



Fig. 12 - Percentuale di dipendenti per genere, 2022 [GRI 2-7]

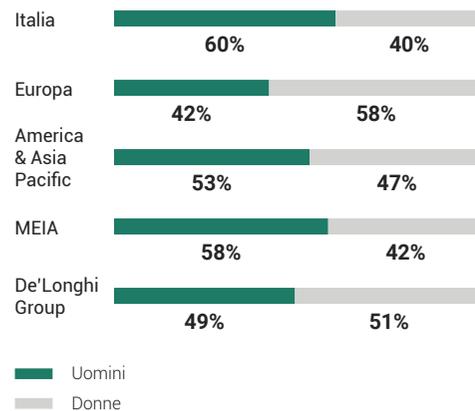


Fig. 13 - Percentuale di dipendenti per tipo di contratto [GRI 2-7]

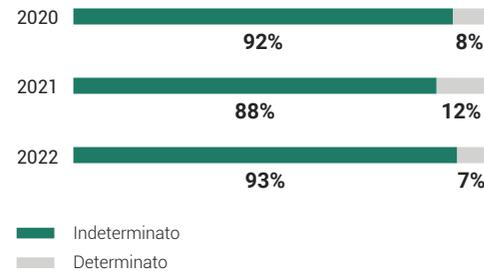
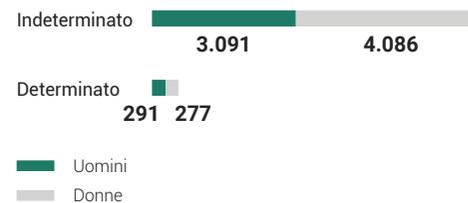


Fig. 14 - Numero di dipendenti per tipo di contratto e genere, 2022 [GRI 2-7]



Valorizzare i talenti di oggi e attrarre quelli del futuro: gli "OnboardDays" e i rapporti con le Università

Gli *OnboardDays* costituiscono un evento online dedicato a tutti i neoassunti che si uniscono al Gruppo nel corso dell'anno: nel 2022 sono state organizzate due sessioni, una a marzo e una a settembre, che hanno coinvolto un totale di quasi quattrocento persone, collegate dall'Italia e dalle filiali internazionali. Le attività degli *OnboardDays* si sviluppano lungo un'intera settimana, che inizia con la presentazione e i saluti dell'Amministratore Delegato, prosegue con varie attività organizzate dalla funzione Risorse Umane - tra le quali iniziative di team building e networking - e si conclude con un evento finale, svolto in presenza per i partecipanti presso la sede italiana. Lo scopo di queste giornate è principalmente quello di permettere ai nuovi entrati di ricevere il benvenuto, conoscersi tra loro ed entrare in contatto con la cultura del Gruppo.

La talent attraction rappresenta un asset importante per De' Longhi, che ormai da tempo ha instaurato partnership strutturate con prestigiosi atenei italiani, tra i quali il **Politecnico di Milano** e l'**Università Bocconi**, **Università degli Studi di**

Padova, **Ca' Foscari di Venezia**, **Università degli Studi di Udine** e **Università degli Studi di Trento**: l'obiettivo di tali collaborazioni non è solo quello di selezionare i migliori talenti provenienti dal mondo universitario, ma anche di incrementare le attività di ricerca e formazione svolte in collaborazione con gli atenei. Nell'ambito della collaborazione con il Politecnico, per esempio, il Gruppo ha preso parte a numerosi eventi e corsi di formazione incentrati su tematiche di innovazione, ricerca e sviluppo, incoraggiando così il reciproco scambio di conoscenze e permettendo al Gruppo stesso di sfruttare il know-how dell'ateneo milanese per la formazione dei propri dipendenti. Il **Graduate Program**, invece, avviato nel 2021 e proseguito nel 2022, ha dato la possibilità a dieci neolaureati provenienti da atenei italiani di svolgere un'esperienza lavorativa per sei / dodici mesi all'estero una volta completato l'inserimento di sei mesi presso l'headquarter di Treviso. L'obiettivo del programma è quello di offrire al giovane talento, al termine del percorso, una collocazione all'interno del Gruppo, che potrà

essere presso la sede centrale, la sede estera in cui ha soggiornato per sei mesi oppure presso un nuovo Paese in cui opera il Gruppo. Queste iniziative di talent attraction, unitamente alla partecipazione del Gruppo a diversi *Career Days* e *Roundtables*, danno l'opportunità al Gruppo di conoscere gli studenti di molti altri atenei italiani e di interagire con loro.

Infine, il **Corporate Associate Program** costituisce un'importante collaborazione con il Politecnico di Milano e l'Università Bocconi nell'ambito dei servizi alla carriera. Attraverso attività interattive come le *Digital Mock Interviews* (simulazioni di colloqui lavorativi) e lezioni ed eventi dedicati (come i *Career Days*), il Gruppo De' Longhi mette a disposizione degli studenti piattaforme per farsi conoscere come potenziali dipendenti e si propone come possibile employer. Nel corso del 2022, tale programma ha creato ulteriori possibilità di confronto con studenti aventi diversi background accademici, oltre che opportunità di colloqui e progetti di internship.



Fig. 15 - Le persone del Gruppo De' Longhi, suddivisione per qualifica e genere, percentuale, 2022 [GRI 405-1]

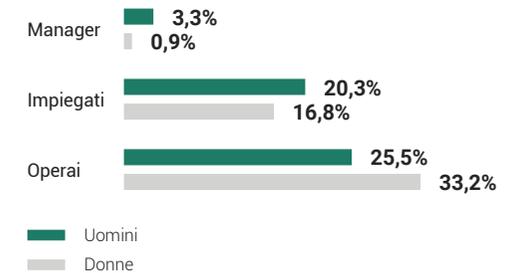
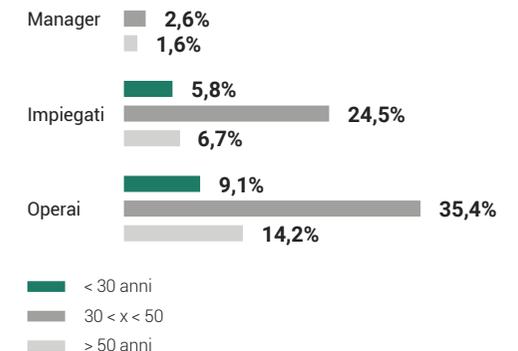


Fig. 16 - Le persone del Gruppo De' Longhi, suddivisione per qualifica ed età, percentuale, 2022 [GRI 405-1]



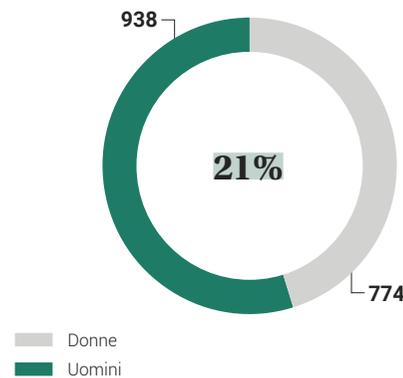
Nel 2022, l'organico del Gruppo è composto per il 58,7% da operai, per il 37,1% da impiegati e per il restante 4,2% da manager. Nella fascia di età compresa tra i 30 e 50 anni si colloca la maggioranza della popolazione aziendale (62,5%), mentre le persone con un'età superiore ai 50 anni ammontano a circa il 22,5% del totale dei dipendenti del Gruppo. Ulteriori figure di dettaglio sono riportate tra gli allegati del presente documento.

Tutti i dipendenti di Italia, Romania, Francia, Portogallo, Spagna, Austria, Ucraina e Croazia risultano coperti da **accordi contrattazione collettiva**, i quali coprono invece in misura differente i dipendenti dei seguenti paesi: Benelux (99%), Germania (per De' Longhi Braun Household, 82%) e Australia (13%). Per i restanti Paesi, non è prevista una contrattazione collettiva obbligatoria e conseguentemente nessun dipendente risulta coperto. In totale, ad essere coperto da contrattazione collettiva, è il 78% circa dei dipendenti del Gruppo De' Longhi.

[GRI 2-30]

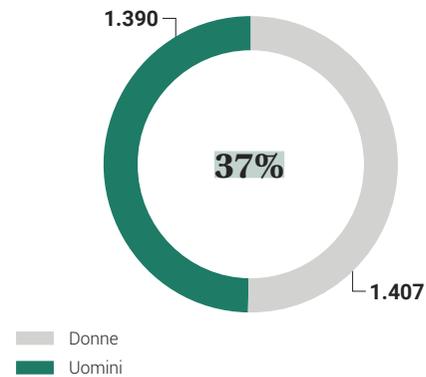
Durante il 2022, all'interno del Gruppo De' Longhi si sono registrati un totale di 1.712 nuovi dipendenti assunti a tempo indeterminato, a fronte di 2.797 cessazioni di contratti dello stesso tipo.⁴ I tassi di assunzione e cessazione sono stati particolarmente elevati nell'area APA (Asia, Pacific, Americhe) dove, tradizionalmente, si riscontra un elevato tasso di turnover causato da alcune caratteristiche intrinseche del mercato del lavoro nei paesi asiatici.

Fig. 17 - Numero totale e tasso di nuovi dipendenti assunti a tempo indeterminato



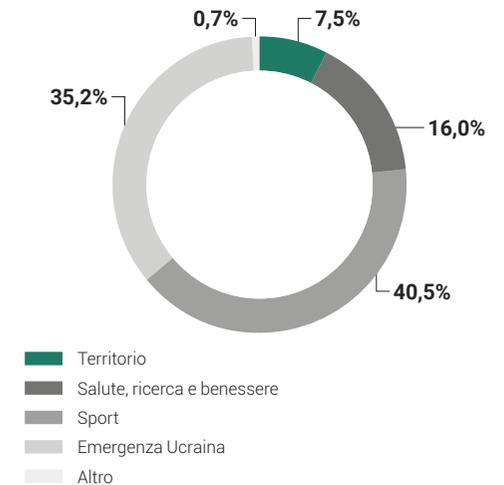
4 Il totale dei dipendenti 2022 risulta non allineato ai dati del turnover 2021-22, a causa di una diversa modalità di contabilizzazione del dato dei "dipendenti permanent presso sedi estere", predisposta all'interno del nuovo gestionale utilizzato dal Gruppo De' Longhi.

Fig. 18 - Numero totale e tasso di dipendenti a tempo indeterminato cessati



Il rispetto e la tutela dei Diritti Umani rappresentano un punto fermo per il Gruppo De' Longhi, che è spesso sottoposto ad audit da parte dei clienti per verificare la correttezza delle sue pratiche di lavoro, come quelle che riguardano il lavoro minorile e il lavoro straordinario. L'impegno profuso da parte del Gruppo stesso ha portato nel tempo ad ottimi risultati: nel triennio considerato, infatti, le verifiche effettuate hanno evidenziato come non si siano registrati casi di non compliance in ambito dei Diritti Umani all'interno del Gruppo, così come non sono state ricevute segnalazioni in merito a casi di discriminazione. [GRI 406-1]

Fig. 19 - Il valore distribuito alla comunità, percentuale*



* Il valore distribuito alla comunità è stato calcolato utilizzando le voci elargizioni liberali e sponsorizzazioni del conto economico.

2.2 Supportare le nostre persone nel percorso di crescita

Il Gruppo De' Longhi si impegna a promuovere lo sviluppo professionale dei propri dipendenti, anche attraverso l'offerta di percorsi di formazione volti ad accrescerne le competenze e valorizzarne le carriere. Nel 2022, complice anche l'allentamento delle restrizioni connesse alla pandemia da Covid-19, le ore di formazione erogate a livello di Gruppo sono state in totale 196.908, che equivalgono a una media di 23 ore di formazione per ciascun dipendente: un dato, quest'ultimo, in aumento del 6% rispetto all'anno precedente.

Tali risultati sono stati resi possibili anche grazie a una crescente offerta di opportunità formative che sfruttano piattaforme digitali come PULSE, che attraverso a un catalogo di corsi in e-learning permette ai dipendenti di beneficiare di un piano di formazione personalizzato. Nel corso del 2022 sono poi state lanciate le nuove piattaforme **Speex** e **Of Course Me**: se la prima offre corsi linguistici a livello globale, la seconda permette di creare percorsi di formazione ad hoc, presentandosi come un ambiente unico che raccoglie informazioni e materiale utile su una vasta gamma di argomenti, permettendo ai dipendenti di specializzarsi verticalmente sulle tematiche di loro interesse e più affini al loro sviluppo professionale.

Nell'ambito del programma **Grow with us**, che mira a creare una vera e propria community globale per la formazione dei dipendenti, nel corso del 2022 il Gruppo ha offerto più di 20 tra webinar e workshop, focalizzati soprattutto su due tematiche: soft skills (come, ad esempio, i corsi *Public Speaking Basics*, *Confront Uncertainty* e *Self-empowerment*) e managerial skills (come i corsi *Manager as Coach* e *Being*

Responsible). I circa 450 partecipanti complessivi hanno espresso un elevato grado di soddisfazione per i corsi che hanno frequentato, assegnando un punteggio medio di 4,2 su una scala da 1 a 5; in particolare, i corsi più apprezzati sono stati quelli caratterizzati da un elevato grado di interattività.

Sempre in ambito di formazione ad hoc, a livello globale nel 2022 è proseguito il **Digital Lab**, che ha come finalità lo sviluppo delle competenze digitali dei dipendenti e il sostegno alla crescita del canale e-commerce del Gruppo. Nel corso dell'anno si è sviluppata la seconda fase del programma, per la quale sono stati resi disponibili a tutti i dipendenti dieci webinar suddivisi in due livelli: basic e intermedie. I corsi sono stati raggruppati sotto tre diversi argomenti, ovvero lo sviluppo di un digital mindset, l'adozione di nuove metodologie digitali e l'impiego di tecnologie informatiche. In aggiunta, per la popolazione aziendale che lavora nell'ambito digitale è stato definito un progetto per il 2023 con un partner esterno finalizzato all'implementazione di un tool per lo sviluppo di specifiche competenze tecniche, che in seguito ad un assessment iniziale elabora e propone un percorso personalizzato per soddisfare le esigenze del singolo utente.

A completare il panorama di opportunità di formazione si citano poi il **Cybersecurity Lab**, che ha previsto un corso di formazione obbligatorio per tutti i dipendenti e la condivisione di alcune newsletter per aumentare la consapevolezza circa la sicurezza informatica, e il **Six Sigma Green Belt**. Quest'ultimo ha coinvolto alcuni membri della funzione Supply Chain e fornito un'introduzione agli strumenti e ai metodi necessari per contribuire al

miglioramento dell'approccio data-driven che viene impiegato per ottimizzare i processi aziendali. Il corso, realizzato tramite una collaborazione con la *Graduate School of Business* del Politecnico di Milano, ha avuto una durata complessiva di 100 ore e ha portato alla realizzazione di quattro progetti finali, nonché all'ottenimento della certificazione per tutti i partecipanti.

Fig. 20 - Le formazioni per le persone, ore [GRI 404-1]



Fig. 21 - La formazione per le persone 2022, ore medie per dipendente [GRI 404-1]



Fig. 22 - La formazione per le persone 2022, ore medie per dipendente [GRI 404-1]



Switch on a responsible day - Il Piano di comunicazione interno

Nel mese di settembre 2022 il Gruppo ha lanciato un sito web interno, volto ad enfatizzare il proprio impegno in ambito di sostenibilità e a promuovere un flusso di informazioni efficace tra la popolazione aziendale, che in questo modo può essere sempre aggiornata circa lo stato di avanzamento di iniziative e obiettivi.

Attraverso questo portale è stato possibile condividere internamente il *Sustainability Manifesto* e i tre pillar strategici che lo compongono, a ciascuno dei quali è dedicata una sezione del sito. Qui, ciascun dipendente può reperire informazioni utili rispetto alle specifiche iniziative del percorso di sostenibilità che il Gruppo ha definito e intrapreso a livello globale.

Una sezione interattiva del sito web, invece, è dedicata alla formazione: ciascun dipendente può navigare tra diverse pagine contenenti delle *Educational Pills*, brevi articoli che forniscono insights su numerosi argomenti, come l'Agenda ONU 2030, le risorse rinnovabili, la finanza sostenibile e le disuguaglianze sociali. L'obiettivo è quello di aggiungere periodicamente nuove "pillole", così da coprire uno spettro sempre più ampio di temi e dando ai dipendenti l'opportunità di ampliare le proprie conoscenze e approfondire le tematiche che più li interessano.

La valorizzazione delle nostre persone, un sistema integrato

La funzione risorse umane organizza attività di assessment e coaching rivolte a figure chiave delle sedi italiane e delle filiali nel mondo, per mappare e sviluppare le competenze e il potenziale delle persone coinvolte. Dal 2019 è stata adottata la nuova MBO Policy di Gruppo, che gestisce le retribuzioni variabili applicate ai dipendenti delle società del Gruppo con una forte propensione verso la Group Identity.

Nell'ambito del sistema di **valutazione delle performance** (performance appraisal), nel corso del 2022 è stato introdotto il processo FORWARD, già testato in via sperimentale nel 2021 e volto a promuovere lo sviluppo professionale dei dipendenti. Oltre ad offrire un nuovo sistema di valutazione delle performance, infatti, esso permette di stabilire priorità e obiettivi per ciascun dipendente, new joiner compresi, con un focus sulle loro competenze, i loro punti di forza e le loro ambizioni. Il nuovo programma faciliterà, inoltre, la mobilità interna e la job rotation, e offrirà ai dipendenti la possibilità di individuare ogni anno possibili aree di sviluppo per definire un vero e proprio piano di miglioramento. Il nuovo processo si compone di tre fasi, nelle quali ciascun dipendente è guidato da un'applicazione dedicata. Il primo passo - *Set Up* - consiste nell'identificazione degli obiettivi individuali e una conseguente elaborazione del piano di crescita, assicurando l'allineamento con la strategia aziendale e gli obiettivi del team. La seconda fase, chiamata *Sync*, prevede un processo di crescita continuo e interattivo, grazie alla presenza di checkpoint di confronto programmati, regolari momenti di auto-riflessione e condivisione di feedback. Diversamente dal programma in uso in passato, lo scambio di feedback non avviene più solamente tra responsabile e collaboratore, ma si realizza nel corso dell'anno con la possibilità di coinvolgere colleghi delle diverse funzioni aziendali, su iniziativa di entrambi gli attori. Infine, la fase di *Wrap Up* rappresenta un'opportunità di valorizzazione dei punti di forza e di individuazione delle aree di miglioramento, permettendo ai manager di fornire una valutazione dei propri collaboratori più completa, oggettiva e costruttiva.

Nonostante fosse il primo anno di utilizzo, il programma ha registrato un tasso di partecipazione molto elevato tra i quasi 3.000 dipendenti coinvolti: circa l'80% dei piani elaborati è stato approvato, con un totale di più di 2.500 feedback rilasciati. I tassi di partecipazione più elevati sono stati riscontrati nella regione Asia Pacific, con oltre il 90% dei piani approvati; analizzando la partecipazione a livello di funzioni, i migliori risultati sono stati riscontrati in quelli di Ricerca e Sviluppo e Operations. [\[GRI 404-3\]](#)

Fig. 23 - Persone che hanno ricevuto una valutazione delle performance per genere nel 2022, numero [\[GRI 404-3\]](#)

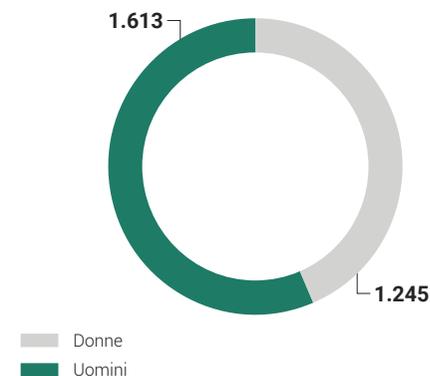
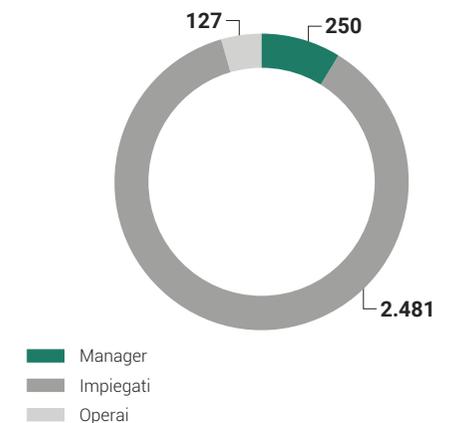


Fig. 24 - Persone che hanno ricevuto una valutazione delle performance per qualifica nel 2022, numero [\[GRI 404-3\]](#)



2.3 La sicurezza sul luogo di lavoro

Tra i compiti della funzione Risorse Umane vi è anche quello di tutelare la salute e la sicurezza delle persone sul luogo di lavoro, un tema cruciale per il Gruppo De' Longhi che viene monitorato attraverso continue attività di prevenzione e di miglioramento del benessere dei dipendenti. Ad esempio, nonostante la riduzione del numero di contagi, nel 2022 il Gruppo non ha trascurato i rischi relativi alla pandemia da Covid-19, confermando, per gran parte dell'anno, le misure anti-contagio già adottate nel biennio precedente; nel corso dei mesi, tuttavia, le restrizioni sono state gradualmente allentate, in linea con la riduzione del livello di limitazioni nazionali.

Ad affiancare l'operato della funzione Risorse Umane vi sono figure specifiche come il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) per l'Italia e i responsabili degli stabilimenti per Cina, Romania, Svizzera e USA, i quali sono incaricati di occuparsi degli obblighi in materia di salute e sicurezza a livello locale. In particolare, presso gli stabilimenti produttivi di Mignagola (Treviso), Cluj e Salonta (Romania), è presente una politica formalizzata di salute e sicurezza negli ambienti di lavoro, in funzione dell'adozione di un sistema di gestione affine allo standard internazionale ISO 45001; inoltre, presso lo stabilimento di Sierre (Svizzera) è in vigore una politica che rispetta i requisiti della norma ISO 45001:2018. Nei suddetti stabilimenti i Responsabili si occupano della valutazione dei rischi correlati alle attività svolte dai dipendenti del Gruppo e della definizione di eventuali piani di miglioramento, mentre a livello di Gruppo il modello organizzativo definisce le responsabilità e le

procedure in materia di salute e sicurezza in modo che siano allineate allo standard ISO 45001.

Coerentemente con tale modello, la quasi totalità degli stabilimenti del Gruppo sta gradualmente aderendo ad un sistema di sicurezza che, pur essendo uniforme a livello globale, tiene conto sia delle peculiarità nelle leggi e nelle legislazioni locali che delle differenze nei livelli di rischio dei processi produttivi. L'obiettivo del Gruppo, infatti, è quello di redigere e attuare un piano di mitigazione dei rischi e di ulteriore miglioramento della sicurezza sul lavoro. L'attuazione di tale iniziativa è stata affidata alle funzioni Risorse Umane e Operations, che, dopo aver analizzato le caratteristiche e i rischi relativi all'organizzazione produttiva e alla supply chain, hanno elaborato un percorso di miglioramento continuo a step successivi, su base pluriennale, chiamato *Zero accident mindset*. Azzerare gli incidenti sul luogo di lavoro deve essere un processo continuo che richiede l'impegno costante e la dedizione sia dei vertici aziendali che dell'intera popolazione aziendale. Per raggiungere tale obiettivo è necessario costruire e diffondere una cultura della sicurezza nel Gruppo, coinvolgendo tutti i collaboratori in un percorso di formazione.

Nell'ambito del miglioramento del comfort negli ambienti di lavoro, nel 2022 gli investimenti sono proseguiti con riferimento sia a postazioni di lavoro ergonomiche che a macchinari per automatizzare alcuni processi lungo le linee produttive. In questo modo, si è contribuito a diminuire lo sforzo fisico che i dipendenti devono impiegare nella fase di gestione manuale dei carichi.

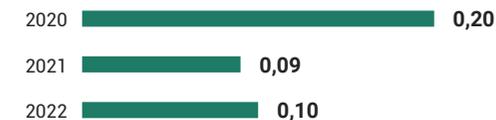
Infine, è importante sottolineare come nel corso del 2022 il sistema di gestione della sicurezza del sito di Mignagola sia stato sottoposto ad audit di validazione, e come in generale le segnalazioni ricevute siano state gestite su base locale in sinergia dalla funzione Risorse Umane e dall'Ufficio Legale; solamente per alcuni casi specifici viene invece richiesto il contributo dell'Organo di Vigilanza. Nel corso del 2022, a livello di Gruppo si sono verificati un totale di 54 infortuni a fronte di quasi 19 milioni di ore lavorate durante l'anno, registrando un indice di frequenza degli infortuni pari a 2,9, in diminuzione rispetto al 2021. Per quanto riguarda il numero di casi malattia professionale e l'indice di frequenza ad esse associato (0,1), invece, i dati sono rimasti invariati rispetto all'anno precedente (2 casi).

Per maggiori informazioni riguardo alla metodologia di calcolo degli indici infortunistici si rimanda alla Nota Metodologica. [GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7]

Fig. 25 - Indice di frequenza infortuni [GRI 403-9]



Fig. 26 - Indice di frequenza malattie professionali [GRI 403-9]





I nostri
prodotti,
per migliorare
la vita di tutti
i giorni



Products with a purpose

Per noi innovazione significa ricerca per migliorare i materiali, la durata e l'efficienza energetica dei prodotti, nonché lo sviluppo di tecnologie che consentano e promuovano uno stile di vita sano nei nostri consumatori. Tutti i prodotti del Gruppo De' Longhi sono concepiti, progettati e realizzati con l'obiettivo di migliorare la vita di chi li sceglie. Migliorare non significa solo rendere la vita quotidiana più facile e comoda, ma far sì che né l'ambiente né le generazioni future debbano sopportare il peso di questi miglioramenti. Perché oggi è già domani.

Il nostro 2022...



I **Brand** del Gruppo conosciuti in tutto il mondo

7



Tutti gli stabilimenti del Gruppo sono **certificati ISO9001**

100%



I centri di **assistenza tecnica** distribuiti in tutto il mondo

1.800

(di cui **circa 300** solo in Italia)



Numerose **partnership e attività di ricerca** attivate con le **migliori università** del mondo per lo sviluppo di idee e prodotti innovativi

...e le nostre sfide future

Economia circolare



Focus sui materiali riciclati per aumentare la circolarità e la sostenibilità dei prodotti nuovi e/o rigenerati

Prodotti sostenibili



Linee guida per l'implementazione dell'Eco-Design da applicare a tutte le fasi del prodotto, dall'ideazione e stesura del progetto all'approvazione e alla vendita

Effettuare Life Cycle Assessments per ottenere informazioni dettagliate sull'impatto ambientale complessivo dei nostri prodotti più iconici

Lotta al cambiamento climatico



Concentrarsi sui progetti di efficienza energetica dei prodotti per offrire ai consumatori dei veri e propri strumenti per affrontare il cambiamento climatico

Packaging sostenibile



Aumentare la circolarità e la sostenibilità del packaging, sviluppando soluzioni che garantiscano un minor impatto, anche attraverso la digitalizzazione dei manuali d'uso dei prodotti, al fine di sostituire i libretti d'istruzione cartacei dei prodotti

2025

Includere materiale riciclato in tutti i nuovi prodotti

2027

30% di plastica riciclata sul totale di plastica utilizzata nei nuovi prodotti

2023

Adozione di linee guida sull'Eco-Design

2024

Effettuare l'assessment su un prodotto per ciascuna delle principali categorie

2025

Continuare a sviluppare prodotti incentrati sull'efficienza energetica

2025

Sviluppare funzioni Eco dei prodotti con un elevato utilizzo

2024

Diminuire l'impatto ambientale dei nostri packaging

2024

70% dei prodotti senza EPS nel packaging

2025

50% dei prodotti con il manuale d'uso digitale

3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto

Il Gruppo De' Longhi è da sempre molto attento ad anticipare e soddisfare le esigenze dei propri clienti e dei consumatori finali, mantenendo costante la sua attenzione ad operare sempre in conformità alle normative vigenti. L'innovazione che il Gruppo persegue nello sviluppo dei suoi prodotti si traduce in diverse caratteristiche quali la **multifunzionalità**, la **facilità di utilizzo** e la **silenziosità**, nonché nella **ricercatezza dei materiali**, nell'attenzione al **design** e all'**ergonomia** e, infine, nell'implementazione di tecnologie che favoriscano **stili alimentari salutari** e un **comfort elevato in ambito domestico**.

A questi si aggiunge la **durabilità** del prodotto, un aspetto altrettanto fondamentale per contribuire alla creazione di un modello virtuoso di economia circolare, che sia in contrasto con le pratiche di obsolescenza pianificata, frequenti nel settore in cui il Gruppo opera. Per questo motivo, il Gruppo si impegna nella realizzazione di prodotti facili da pulire e smontare, che siano in linea con i principi di **eco-design** e in grado di garantire un ciclo di vita più duraturo (vedasi paragrafo *Design ed innovazione per la sostenibilità dei prodotti*). Tra le diverse soluzioni innovative di maggiore importanza, si citano le tecnologie digitali - quali l'Internet of Things e la connettività - che oggi possono favorire la riduzione dei consumi legati all'utilizzo dei prodotti, dando ai clienti la possibilità di controllarli anche da remoto (vedasi box *Principali lanci e prodotti premiati del 2022*).

Operando a livello globale, il Gruppo si confronta con un **contesto normativo** articolato, eterogeneo e in continua evoluzione, e pertanto si dedica costantemente a garantire il rispetto degli standard previsti da ciascun sistema giuridico. Anche per questo motivo, la progettazione dei nuovi prodotti - tutelati a livello centrale da appositi brevetti - segue specifiche linee guida, riassunte nelle cosiddette procedure di NPD (New Product Development), e coinvolge numerose funzioni aziendali: la funzione Marketing e Design, insieme al team Regulatory Affairs della Direzione Qualità, si occupa dell'aggiornamento normativo di settore, mentre in Italia, in Germania, nel Regno Unito e in Cina sono presenti degli uffici tecnici, per un totale di circa 450 persone, che si adoperano ogni giorno per la progettazione di nuove soluzioni. Tali uffici adottano l'approccio *Local for Global*, caratteristico del Gruppo e tale da assicurare non solo che tutti i prodotti progettati rispettino le cogenze normative dei paesi dove verranno commercializzati, ma che siano sempre allineati con le norme più stringenti in materia. Ad esempio, tra le norme considerate si citano il regolamento n. 1907/2007, detto REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and restrictions of Chemicals) e la direttiva RoHS (Restrictions of Hazardous Substances) 2002/95/CE, le cui disposizioni vengono rispettate da tutte le Società del Gruppo nonostante l'ambito di applicazione sia strettamente europeo. I prodotti che vengono immessi sul

mercato vengono valutati anche con il coinvolgimento diretto dei consumatori attraverso test specifici che, grazie all'espressione di un giudizio sul singolo prodotto, permettono al Gruppo di valutare l'indice di gradimento dei nuovi articoli. Tali test vengono effettuati sia una volta che il prodotto è stato commercializzato, sia in fase preliminare, in modo tale da ottenere un feedback diretto ancora prima del lancio sul mercato.

L'impegno del Gruppo a garantire i più alti standard qualitativi è esplicitamente dichiarato all'interno del Codice Etico: parte fondamentale di questo di impegno è rappresentata dalle azioni che il Gruppo stesso porta avanti non solo per incrementare la durabilità e la qualità dei prodotti dal punto di vista funzionale, ma anche in chiave ambientale e sociale. La **sostenibilità**, infatti, rappresenta ormai per il Gruppo De' Longhi un elemento integrante non solo del proprio processo produttivo e delle fasi di ideazione e progettazione, ma anche nella fase di utilizzo post-vendita: nell'ambito della responsabilità e dell'impegno nella lotta al cambiamento climatico, il Gruppo propone ogni anno numerose iniziative a favore dell'ambiente, integrando temi di sostenibilità all'interno del design di prodotto al fine di ridurre l'impatto di quest'ultimo in fase di utilizzo (vedasi paragrafo *L'efficienza energetica dei prodotti: prestazioni ottimali e impatto ridotto*).



De' Longhi con i giovani designer: le partnership con le migliori università italiane

Nel corso degli anni, il Gruppo De' Longhi ha consolidato relazioni solide con i migliori centri di ricerca ed università italiane ed estere, portando a termine numerosi progetti e workshop per sviluppare idee innovative e funzionali alla gamma di prodotti offerti. Queste iniziative, che coinvolgono diversi studenti e professori di tutte le nazionalità, rappresentano occasioni di condivisione di esperienze e conoscenza.

Dalla collaborazione con il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano è nato, nel corso del 2022, l'**Handbook of guidelines to design sustainable De' Longhi products**, un documento chiave nell'ambito del design for sustainability e del miglioramento dell'esperienza di utilizzo. In particolare, esso consiste in una serie di linee guida che hanno come obiettivo quello di fornire a tutte le funzioni NPD (New Product Development) del Gruppo nuove conoscenze e strumenti da utilizzare in tutte le fasi di sviluppo dei prodotti, per fare in modo che questi siano più innovativi, efficienti e con un ridotto impatto ambientale. La fase iniziale del progetto è consistita in uno scambio di informazioni tra i profili tecnici del Gruppo e quelli dell'università; successivamente, sono state definite sette linee strategiche associate ad altrettanti obiettivi, tra cui quelli di ottimizzare la durata di vita di prodotti e componenti, minimizzare il consumo di energia nella fase d'uso e facilitare il riciclo dei

materiali e le procedure di disassemblaggio. Sulla base di questi filoni, attraverso una stretta collaborazione tra i team basata su un continuo scambio di feedback, sono state definite delle specifiche linee guida per sviluppare prodotti ecocompatibili, come ad esempio:

- Programmare lo stato di default del prodotto con un consumo energetico minimo, ad esempio impostando la funzione Eco come predefinita;
- Progettare le componenti per facilitarne l'eventuale sostituzione;
- Rendere più efficiente l'uso di risorse quali l'energia elettrica e l'acqua utilizzate durante il funzionamento del prodotto;
- Riutilizzare i materiali residui dei processi produttivi;
- Evitare processi di finitura e trattamenti superficiali tossici o dannosi.

Le quasi 200 indicazioni sono state dettagliatamente descritte in un documento condiviso all'interno del Gruppo, che - a partire dal 2023 - sarà utilizzato da diverse funzioni con finalità differenti. Ad esempio, potrà essere impiegata come guida rapida facilmente consultabile e come checklist durante tutte le fasi di sviluppo di nuovi prodotti, dall'ideazione e stesura del progetto fino all'approvazione e alla

vendita del prodotto stesso. L'obiettivo a lungo termine è quello di coprire il 70% di nuovi prodotti realizzati in accordo con le linee guida.

Sempre nel corso dell'anno, il Gruppo De' Longhi è stato anche invitato a partecipare come sponsor ad un progetto di tesi magistrale nel dipartimento di Industrial Design del **Politecnico di Milano**. Intitolato **LESS and BETTER** e avviato con una lectio magistralis tenuta dai Design Directors dei marchi principali del Gruppo (De' Longhi, Kenwood, Braun), il progetto richiedeva agli studenti l'ideazione di nuovi prodotti appartenenti alla categoria dei piccoli elettrodomestici, secondo i principi di essenzialità e funzionalità. Nel 2022 inoltre è stata finanziata una borsa di PhD in Design presso il Politecnico di Milano finalizzata a studiare i nuovi paradigmi di design di prodotto sostenibile con focus su *Colour, Finish and Materials*. Infine, nel giugno 2022, anche **Domus Academy**, università di design, è entrata a fare parte del network di De' Longhi: similmente a quanto avvenuto con il Politecnico di Milano, il Gruppo ha sponsorizzato un progetto di laurea magistrale in Product Design e di un master in Interior & Living Design. In linea con le tendenze attuali e delle nuove abitudini dei consumatori, agli studenti è stato chiesto di progettare nuovi prodotti a tema **Comfort Ecosystem**, contestualizzati nell'ambiente domestico e che fossero caratterizzati da un alto livello di comfort.



POLITECNICO
MILANO 1863



DOMUS ACADEMY MILANO

Caffè

DeLonghi



Magnifica Start

DeLonghi



La Specialista Maestro

DeLonghi



Eletta Explore

Comfort e cura della casa

BRAUN



New CareStyle 7 Pro

BRAUN



CareStyle Compact Pro

DeLonghi



Pinguino Care4Me

DeLonghi



Capsule Fit

DeLonghi



Capsule Desk Loop

Preparazione e cottura dei cibi

BRAUN



PurShine Collection

BRAUN



PowerBlend 1

DeLonghi



Luminosa

BRAUN



MultiPractic 3

KENWOOD



Titanium Chef Baker

KENWOOD



Titanium Chef Pattissier XL

olive



BRAUN



MultiQuick 1

KENWOOD



kMix Stand Mixer

KENWOOD



MultiPro Express Weigh+

KENWOOD



Kenwood Chef (Chef and XL)

KENWOOD



Mesmerine Collection

KENWOOD



EasyChop - CHP61

I principali riconoscimenti ricevuti



Altroconsumo

Braun Stick Blender MQ3005 Cream
Braun MQ300 Soup
Braun Steam Iron IS3155VI
Braun Steam Iron IS1012BL
Braun Steam Station IS3155VI
Ariete Aries 2718/1
Ariete Aries 2762 Vertical Force
Ariete 168 Slow Juicer Metal
De' Longhi Infinissima
De' Longhi Dolce GustoGenio



Best Buy

Braun Stick Blender MQ3025/MQ9087X
Kenwood Titanium Chef Pattissier XL
Kenwood Mesmerine Collection
De' Longhi La Specialista
De' Longhi Magnifica
De' Longhi PAC AN98 ECO Real feel
De' Longhi Dedicata



Consumenten Bond - Miglior Test

Braun Steam Iron SI3030 PU/ SI3031 PU
Braun Drip/Filter Coffee Machines KF7120/ KF5120.WH/ KF5120.BK
Kenwood Chef (Chef and XL)



Consumenten Bond - Miglior Acquisto

Braun Stick Blender MQ3025 Spaghetti
Braun Steam Iron SI3030 PU



iF Design Award 2022

Kenwood Titanium Chef Baker
Kenwood QuickMix+ / Chefette
Braun PowerBlend 9
Braun MultiQuick MQ 7 WH hand blender series
De' Longhi Multigrill 1100 Series
De' Longhi Eletta Explore



Cook's Test - Winner/ USA

Braun Stick Blenders MQ5



German Design Award 2022

Braun New CareStyle Compact



"Best Espresso Machine" award

De' Longhi Eletta Explore



Plus X Award 2022

Braun CareStyle Compact Pro, New CareStyle Compact, Breakfast PurShine Collection



Reddot Winner 2022

Braun PowerBlend 9
Braun New TexStyle 7 Pro (2021)
Braun MultiQuick MQ 7 WH hand blender series
De' Longhi Multigrill 1100 Series D
De' Longhi Eletta Explore
De' Longhi Magnifica Evo
De' Longhi La Specialista Arte
Kenwood QuickMix+
Kenwood Multipro Express Weigh+
Kenwood Quickmix+ Chefette



USA Editors Recommended - Best Value

Braun Stick Blenders MQ505



German Design Award 2023

Braun New CareStyle 7 Pro



Altroconsumo - Migliore del Test

Braun Stick Blender MQ700X
Braun Steam Station IS3155VI
Braun Steam Iron SI3030/ SI1009
Kenwood Kenwood Chef (Chef and XL)



Red & Ron

De' Longhi Magnifica EVO ECAM



Eco Buy

Kenwood Mesmerine Collection



ETM Testmagazin

Braun Hand Mixer HM3105

Braun Steam Station IS
7286BK/IS7282BL

De' Longhi La Specialista
Prestigio EC9355



Stiftung Warenfest - Migliore del Test

De' Longhi Eletta Explore

Braun Hand Mixer HM3105

olive

Olive

Kenwood Titanium Chef
Bake

Kenwood Titanium Chef
Pâtissier XL



Taenk Bedst test

Kenwood Kenwood Chef
(Chef and XL)

De' Longhi La Specialista



Which? Best Small Kitchen Appliance Brand of the Year 2022

Kenwood



Good Design Awards

Kenwood QuickMix+ /
Chefette

Kenwood Titanium Chef
Baker



Which? Best Buy

Braun Stick Blender
MQ3025/MQ9087X

Kenwood MultiPro Express
Weigh+

Kenwood kMix Stand Mixer

Kenwood Titanium Chef
Baker

Kenwood Titanium Chef
Pâtissier XL

Kenwood Mesmerine
Collection

De' Longhi Gran Lattissima

De' Longhi Dolce Gusto
Genio S Touch



Choice

Kenwood MultiPro Express
Weigh+

Kenwood Kenwood Chef
(Chef and XL)

De' Longhi PAC AN 112
Silent



Supporto, trasparenza e tutela dei dati: così ci prendiamo cura dei nostri consumatori

Una componente fondamentale della strategia aziendale è rappresentata dai **servizi** annessi ai prodotti, il cui scopo è quello di contribuire a migliorare la consumer journey. A tale fine, per monitorare la soddisfazione complessiva dei consumatori, sono stati implementati alcuni KPI: ad esempio, il **Net Promoter Score (NPS)** misura la fedeltà dei clienti e la probabilità che questi raccomandino il prodotto o il servizio ad altre persone. Inoltre, vengono regolarmente condotte dalla funzione Marketing indagini puntuali, svolte sia a livello Corporate che di brand: in questo modo, il Gruppo riesce a tenere monitorato il livello di gradimento dell'offerta, testando il potenziale apprezzamento di nuovi prodotti, nonché a stimare costantemente il livello di reputazione del brand. Tra le varie iniziative, di seguito si riportano alcune indagini condotte nel 2022:



KENWOOD

Mercato: Inghilterra

Campione delle indagini: 1.000 persone

Principali risultati: l'indagine è stata finalizzata ad acquisire informazioni sul livello di conoscenza e consapevolezza dei consumatori relativamente ad alcuni fattori da tenere in considerazione per un uso ottimale dei bollitori, la qualità dell'acqua e la presenza di calcare e di fattori irritanti.

Mercati: Francia, Germania, Italia, Polonia e Svezia

Campione delle indagini: 346 clienti

Principali risultati: la ricerca ha avuto come obiettivo quello di raccogliere dati dai consumatori che avevano acquistato un chopper, con un focus particolare sugli ingredienti utilizzati, le caratteristiche maggiormente apprezzate e le future possibilità di sviluppo del prodotto.



BRAUN

Mercati: Germania e Svezia

Campione delle indagini: 3.000 persone

Principali risultati: l'indagine, attraverso un sondaggio online, ha permesso di approfondire lo studio sul percorso che porta i consumatori ad acquistare il filtro del caffè, con lo scopo di identificare le caratteristiche migliori per un potenziale nuovo prodotto.

Mercati: USA, Australia, Inghilterra, Italia, Germania, Francia, Spagna, Polonia, Cina, Giappone, Korea, Arabia Saudita

Campione delle indagini: 12.000 persone

Principali risultati: l'indagine aveva come obiettivo quello di investigare la relazione tra le opinioni e i comportamenti dei consumatori di prodotti del mercato del grill (come, ad esempio, griglie o barbecue da interno), al fine di soddisfare al meglio le loro necessità legate all'impiego di questi prodotti.



DeLonghi

Obiettivo dell'indagine: l'indagine è stata condotta per valutare il riposizionamento di De'Longhi nella categoria Comfort e testare l'appeal di alcuni potenziali nuovi prodotti. In particolare, è stata analizzata l'importanza che i consumatori attribuiscono in termini di beneficio a diversi fattori di comfort, quali la temperatura, l'umidità, la qualità dell'aria e la qualità della luce.

Mercati: Francia e Giappone

Campione delle indagini: 1.200 clienti (600 per ogni mercato) tra professionisti di età compresa tra i 25 e i 65 anni che lavorano in ufficio o a casa

Principali risultati: l'indagine si è svolta in due fasi, rispettivamente di tipo qualitativo e quantitativo. Nel corso della prima, al fine di validare la value proposition, sono state raccolte le opinioni di 30 partecipanti sulla descrizione dei concetti utilizzati per i test quantitativi della fase successiva, nel corso della quale è invece stato condiviso un sondaggio: lo scopo è stato quello di far valutare ai partecipanti l'attrattiva di quattro diversi concetti di comfort (temperatura, umidità, qualità dell'aria e qualità della luce), indagando anche il nuovo prodotto più apprezzato attraverso l'approccio Excitement Score.



Fondamentali per coltivare e mantenere le relazioni che il Gruppo ha con i suoi clienti sono la fitta rete di contact center e i centri di assistenza tecnica. I contact center, che operano in outsourcing coprendo la quasi totalità delle filiali del Gruppo, si occupano di prendere in carico le richieste di assistenza dei consumatori finali, risolvendo questioni sul funzionamento del prodotto e fornendo un supporto continuativo, con l'obiettivo di offrire loro la miglior customer journey possibile. Anche l'**assistenza tecnica** opera prevalentemente in outsourcing, e la sua rete comprende circa 1.800 centri distribuiti in tutto il mondo (di cui circa 300 in Italia); la gestione di tali strutture, prevalentemente in outsourcing, è affidata alla Direzione Customer Care, che si occupa del supporto ai consumatori finali in tutto il loro percorso con il Gruppo, dalla fase di prevendita a quella di post-vendita. Tale funzione definisce anche gli standard di riferimento validi per tutto il Gruppo e utilizza diversi **canali di supporto al cliente**, sia di tipo tradizionale (e-mail, telefono e chat) che più moderni (social network).

Nel corso degli ultimi anni, anche a causa della pandemia da Covid-19, è aumentata la frequenza dei contatti diretti tra i consumatori e il Gruppo. In particolare, la rete di contact center è stata soggetta a una sempre maggiore pressione, dovuta principalmente alle nuove modalità di vendita dei prodotti.

Se per ragioni differenti nel corso dell'ultimo triennio l'area dell'assistenza tecnica è stata messa sotto particolare pressione, le difficoltà riscontrate non hanno impattato negativamente i tempi medi di riparazione, che sono stati invece ridotti. Il

sistema, nonostante il ridotto accesso a pezzi di ricambio dovuto alla disruption della catena dei fornitori durante il periodo pandemico, ha dimostrato grande resilienza, grazie anche agli investimenti che il Gruppo fa ogni anno sulle sue strutture di riparazione dirette.

Un'altra soluzione adottata nell'ambito di customer care e customer simplicity consiste nell'utilizzo del gestionale CRM (Customer Relation Management, vedasi box *La tecnologia, uno strumento per l'ascolto del consumatore*), volto ad offrire al cliente un metodo di comunicazione in cloud. Tra le funzionalità del nuovo sistema informativo vi è quella di raccogliere dati da diverse nazioni ed elaborarli sotto forma di indicatori, al fine di monitorare le performance della funzione Customer Care. Inoltre, poiché tutte le informazioni raccolte vengono salvate in un unico sistema, le best practice e le soluzioni più innovative vengono condivise tra i diversi centri di assistenza tecnica, garantendo così un complessivo miglioramento della qualità del servizio di riparazione offerto. A dimostrazione del funzionamento di questo scambio di informazioni, nel 2022, il tempo medio di riparazione a livello di Gruppo è diminuito del 10% rispetto all'anno precedente. Inoltre, nel corso dell'anno è stato inaugurato un nuovo centro di riparazioni in Germania, grazie al quale il Gruppo ha potuto aumentare del 50% la propria capacità di ripristinare i prodotti difettosi e danneggiati. Grazie all'elevato livello di specializzazione e automatizzazione, nel nuovo centro possono essere lavorati fino a 60 mila pezzi all'anno, numeri che lo rendono **il più grande e innovativo centro di riparazione** di macchine superautomatiche in Europa.

La Direzione Customer Care si occupa anche di monitorare la qualità del servizio offerto dai team di assistenza tecnica e dai contact center, svolgendo sopralluoghi, erogando attività di formazione e misurando indicatori specifici. Inoltre, i partner che gestiscono le attività di assistenza ricevono annualmente una **mystery visit** da parte dei delegati del Gruppo: quando il punteggio ottenuto è superiore all'85%, alla struttura viene assegnato il cosiddetto *Excellence Award*, un "Certificato d'Eccellenza" a livello italiano che premia i partner che erogano i migliori servizi in termini di qualità; il certificato può essere esibito presso il negozio di assistenza tecnica De' Longhi per comunicare ai consumatori il traguardo raggiunto. Per quanto riguarda gli indicatori usati dalla funzione per monitorare le performance dei servizi di riparazione, oltre al tempo medio di assistenza, viene misurata anche la qualità delle riparazioni effettuate attraverso il **First Time Fix (FTF)**, che rappresenta la percentuale di prodotti riparati che, nei sei mesi successivi all'intervento, non hanno necessitato ulteriori servizi di assistenza. Anche nel 2022, il valore del FTF si è mantenuto intorno al 95%, in linea con quanto ottenuto nel corso del biennio 2020-2021. Tale risultato evidenzia come la quasi totalità dei prodotti abbia ricevuto una riparazione adeguata e di alta qualità, garantendone la funzionalità nei mesi successivi. Infine, tutti i partner esterni specializzati nell'assistenza tecnica, al pari dei dipendenti del Gruppo, sono coinvolti in **attività di formazione** durante l'anno per migliorare costantemente la qualità dei servizi offerti. Come nel 2021, anche nel 2022 i corsi sono stati erogati in modalità ibrida grazie alla sinergia tra corsi in presenza e training online.



La tecnologia, uno strumento per l'ascolto del consumatore

Il 2022 ha rappresentato un anno particolarmente importante per la funzione Customer Care: nel corso dell'anno è stato infatti avviato un progetto di ridefinizione della strategia di Customer Care del Gruppo, attraverso il coinvolgimento di diversi stakeholder e analisi di benchmark e di best practice, che ha permesso alla funzione stessa di essere ancor più allineata alle aspettative dei clienti, sempre più esigenti nei confronti delle opportunità comunicative che la trasformazione digitale permette.

Anche nel 2022 è stato mantenuto il sistema gestionale di **Customer Relation Management (CRM)**, estensivo di SAP e che, attraverso una gestione efficiente dei dati relativi ai consumatori, permette di registrare e seguire le interazioni tra il Gruppo e una base di consumatori che copre circa l'80% del fatturato di Gruppo. Il sistema gestionale ha come funzionalità la possibilità di generare feedback e di effettuare analisi delle informazioni raccolte, offrendo un sistema integrato di servizio prevendita, oltre che un nuovo sistema di comunicazione con il cliente in cloud. Inoltre, è proseguito nel 2022 l'impiego del software *Wonderflow*, uno strumento di VoC (Voice of the Customer) management che raccoglie e analizza in modo strutturato le recensioni relative ai prodotti del Gruppo pubblicate dai consumatori sui siti dei principali retailer. In particolare, questo strumento consente di analizzare nel dettaglio le informazioni raccolte da più di 65 canali di vendita in 15 paesi del mondo distribuiti su tre continenti (Europa, Oceania e

America). La tecnologia a disposizione permette inoltre di correlare il contenuto delle recensioni con i feedback diretti dei clienti, raccolti attraverso gli altri canali di interazione del CRM. Sfruttando la Big Data Analysis, il Gruppo ha potuto accrescere la propria capacità di ascolto, implementando un sistema che mette a disposizione di tutti gli stakeholder interessati, un actionable feedback fondato su centinaia di migliaia di interazioni comunicative, relative a molteplici categorie di prodotti. Ciò consente anche di creare dei cluster geografici, monitorare le performance e individuare degli obiettivi di miglioramento per ottimizzare l'efficienza organizzativa, aumentare la qualità dei prodotti e dei servizi, accrescendo quindi la soddisfazione dei clienti.

Inoltre, nell'ambito dei servizi self-service, è stato attivato nei paesi anglofoni un progetto pilota AI-powered, ovvero che sfrutta l'intelligenza artificiale per fornire ai clienti in modo semplice e dinamico dei contenuti rilevanti alle loro domande. Questo strumento ha la prerogativa di individuare le domande per le quali la risposta non è stata formulata, proponendo delle soluzioni che, in seguito alla validazione effettuata dal team di specialisti, saranno poi rese disponibili agli utenti, ampliando la knowledge-base dell'azienda.

Ad oggi il servizio è attivo in Regno Unito, Australia, Nuova Zelanda e Stati Uniti e, grazie all'utilizzo di sistemi di traduzione avanzata, sarà esteso ad Italia e Germania.





La protezione delle informazioni sensibili

All'interno del Codice Etico di Gruppo viene formalizzato l'impegno alla tutela della riservatezza delle informazioni e dei dati in possesso del Gruppo, relativi a clienti e consumatori. I dati vengono raccolti e memorizzati all'interno di due data center presenti in Italia e in Cina, e devono essere condivisi nel rispetto di leggi, regole e pratiche di condotta professionale. La sicurezza dei data center è garantita, a livello di Gruppo, da sistemi sia fisici sia informativi con il supporto della funzione IT, mentre la riservatezza del consumatore è assicurata dall'adozione di un applicativo gestito da terze parti rispetto ai sistemi aziendali: nel caso in cui venissero ricevute segnalazioni dai consumatori, questo permette di trattarle in maniera criptata.

Le segnalazioni, infatti, così come tutte le altre informazioni relative ai consumatori, rappresentano dati sensibili che vengono immagazzinati all'interno di webserver localizzati nella Google Cloud Platform, la cui sicurezza viene garantita

attraverso le moderne tecnologie dei servizi Google e l'impegno di Google stessa in termini di conformità alla normativa vigente in materia di **protezione dei dati**, alle richieste normative derivanti dal recente Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR 2016/679) e in relazione ai principali standard internazionali; tra questi ultimi, si citano lo standard sulla sicurezza delle informazioni (ISO 27001) e dei servizi cloud (ISO 27017, ISO 27018). Infine, per quanto riguarda la gestione e la protezione dei dati, nel corso del 2022 non si è verificata alcuna non conformità, diversamente dall'anno precedente, quando il Gruppo aveva ricevuto una segnalazione di data breach da parte dell'autorità di controllo. In quell'occasione erano state prontamente informate le autorità competenti al riguardo e ad oggi non sono emersi ulteriori sviluppi. Nel 2020, invece, non si è verificato alcun caso analogo, a dimostrazione del fatto che eventuali non conformità rappresentano un'eccezione nell'operato del Gruppo. [\[GRI 418-1\]](#)

Prodotti di massima qualità, il nostro impegno quotidiano

La funzione Qualità, costituita da oltre 500 persone in tutto il Gruppo e suddivisa in diversi team, garantisce il rispetto di requisiti, normative e regolamenti vigenti, anche in termini di **sicurezza di prodotto e di sicurezza al contatto con gli alimenti**. Il team Regulatory Affairs, invece, collabora con le aree tecniche ed è responsabile del monitoraggio e dello sviluppo a livello internazionale dello scenario normativo e legislativo di prodotto. Tutti i team della funzione Qualità recepiscono localmente quanto disposto a livello centrale, operando su due livelli: a coloro che lavorano presso gli stabilimenti è in capo il processo di controllo qualità a livello dei prodotti, sia che questi provengano dai fornitori di prodotto finito sia che vengano realizzati internamente; gli uffici che operano a livello di brand, invece, si occupano di supervisionare la qualità in fase di sviluppo e di monitorare eventuali segnalazioni provenienti dal mercato. In entrambi i casi, al fine di prevenire eventuali anomalie o malfunzionamenti e assicurare i migliori standard qualitativi, il presidio è garantito già in fase di progettazione. Un altro elemento a garanzia della qualità del prodotto consiste nell'ottenimento della certificazione **ISO 9001** in tutti i siti produttivi del Gruppo. La ISO 9001 è stata introdotta alla fine degli anni '90 e poi estesa gradualmente all'interno del Gruppo, in armonia con la sua espansione globale: questa certificazione ha permesso lo sviluppo di un modello di gestione con un approccio integrato e sempre orientato alla sostenibilità.

Per garantire l'efficienza qualitativa del processo, la funzione Qualità fa affidamento ad alcuni indicatori, tra cui il **First Time Quality Indicator (FTQ)**, che permette di valutare il numero di prodotti che presentano caratteristiche di qualità perfette in rapporto al totale della produzione, nonché di verificare le diverse tipologie di difettosità. Nel triennio 2020-2022 di riferimento, il valore complessivo dell'FTQ ha evidenziato un andamento stabile, confermando le ottime performance a livello di Gruppo. Il cosiddetto **Service Call Rate (SCR)**, invece, è un indicatore che, attraverso il calcolo della percentuale di macchine riparate nel primo anno di garanzia, fornisce una misura delle difettosità riscontrate nei prodotti che entro due anni dal loro acquisto hanno presentato malfunzionamenti o rotture; in questo caso, il valore complessivo dell'SCR ha registrato un lieve aumento rispetto al 2021. A tali controlli di qualità si affiancano anche procedure di audit esterno, svolte sia da alcuni clienti sia da partner commerciali, allo scopo di valutare non solo la qualità dei prodotti, ma anche il monitoraggio degli aspetti legati all'etica e alle condizioni di lavoro dei dipendenti, nonché alla formazione e alle condizioni igieniche delle linee di produzione. Tali attività vengono svolte mediante l'utilizzo di alcuni indicatori specifici, utili per verificare la qualità dei prodotti del Gruppo:

- **Technical Factory Audit (TFA):** rileva l'efficacia dei processi e valuta gli esiti dei test di vita sui prodotti. Questa tipologia di audit viene effettuata annualmente, sia per la qualifica iniziale che per la successiva sorveglianza periodica dei fornitori. All'interno della checklist usata per questa tipologia di audit, è presente anche una sezione dedicata agli aspetti ambientali, in aggiunta a quelli sociali già presenti.
- **Quality Evaluation (QE):** misura la qualità di prodotto, attraverso un campionamento su base statistica di ogni singolo lotto prima della spedizione di fornitori OEM di prodotto finito basati in Cina (*Pre Shipment Inspection*).
- **On Time Delivery (OTD):** misura il tempo di spedizione impiegato dal fornitore e, in particolare, la differenza tra la data di consegna stabilita e quella effettiva.
- **Order Fill Rate (OFR):** misura la capacità del fornitore di rifornire l'intera quantità di merce richiesta dal Gruppo.

Sul fronte della qualità, il Gruppo ha proceduto a testare tecnologie innovative, per esplorarne possibili nuove applicazioni. Ad esempio, nel corso del 2022 l'attività di delibera, che consiste nel controllo qualità dell'assemblaggio del prodotto finito, è stata riprogettata: dall'ispezione visiva effettuata da un operatore si passerà, infatti, ad un'ispezione mediante un sistema di visione artificiale (*AI Visual Inspection*). Tale innovazione garantirà un miglioramento della produttività e dell'oggettività, grazie alla limitazione dell'errore umano e alla possibilità di estendere i controlli.

Rispettare gli standard per tutelare i consumatori

Per garantire la salute e la sicurezza dei consumatori, per il Gruppo De' Longhi è prioritario progettare, realizzare e distribuire prodotti che siano sicuri e rispettosi dei requisiti stabiliti dagli standard e dalle legislazioni internazionali. Una procedura interna meticolosa regola tali attività, attraverso cui gli enti tecnici (R&D e Laboratori) progettano e testano soluzioni per garantire la **sicurezza del prodotto** nelle sue modalità d'uso previsto e ragionevolmente prevedibili. La funzione Qualità, invece, supervisiona l'implementazione dei requisiti di prodotto così definiti, sia a livello di componenti che di prodotti finiti, con riferimento sia alla produzione interna sia a quella realizzata da terze parti. La procedura consiste in una serie di milestone per assicurare che il processo di sviluppo sia portato avanti con accuratezza e coerenza dai diversi brand del Gruppo.

Anche altri team e funzioni del Gruppo sono coinvolti nelle attività che permettono di stabilire linee guida comuni su aspetti specifici come la valutazione dei rischi dei prodotti o i requisiti di idoneità degli stessi al contatto con gli alimenti. Tali indicazioni vengono definite coerentemente con le best practice del settore, come quelle definite dal Sistema RAPEX dell'UE. Inoltre, il Gruppo si è da tempo impegnato spontaneamente nell'adozione di uno specifico modello organizzativo che garantisca la **sicurezza al contatto alimentare**. Tale modello è ispirato alle Good Hygienic Practices (GHP) e agli standard per la sicurezza alimentare ISO 22000 e ISO 1672-2, che si basa sui principi dell'HACCP e

sul Codex Alimentarius. La certificazione assicura che il Gruppo presidi e gestisca adeguatamente eventuali rischi nell'ambito della sicurezza alimentare, al fine di evitare che abbiano luogo incidenti lungo la filiera produttiva e di garantire la conformità dei prodotti alle normative vigenti. Inoltre, il modello organizzativo è stato progettato in linea con i requisiti di rintracciabilità del prodotto espressi dalla ISO 22005, affinché per ciascun componente e prodotto commercializzato sia possibile offrire tutte le informazioni relative sia al fornitore che al cliente finale, ovvero il destinatario del prodotto stesso. In riferimento alla sicurezza alimentare, nel corso del 2022 il sistema di gestione implementato negli stabilimenti di Mignagola (Italia) e Cluj (Romania) è stato certificato **ISO 22000**, una certificazione specifica che riguarda la sicurezza igienico-sanitaria degli alimenti e dei prodotti con cui essi vengono a contatto. La norma fornisce indicazioni sull'identificazione e la gestione di possibili rischi, la prevenzione di incidenti lungo la filiera produttiva e la valutazione della conformità normativa dei prodotti.





L'HACCP e il Codex Alimentarius

L'**HACCP (Hazard-Analysis and Control of Critical Points)** rappresenta un protocollo finalizzato a prevenire possibili contaminazioni degli alimenti. Le aziende che ne devono garantire l'applicazione sono quelle che includono nel loro modello di business la produzione primaria di alimenti, oppure la loro lavorazione, preparazione, trasformazione, confezionamento, trasporto, distribuzione, vendita o fornitura.

Il sistema si articola in 7 principi fondamentali:

1. Individuare e analizzare potenziali pericoli.
2. Individuare i cosiddetti punti di controllo critici (CCP), ossia quelle attività che richiedono un controllo di sicurezza con lo scopo di eliminare, prevenire o ridurre al minimo un pericolo di sicurezza alimentare.
3. Definire i limiti critici, cioè dei livelli standard, che, qualora rispettati, garantiscano la sicu-

rezza alimentare.

4. Definire specifici processi di monitoraggio.
5. Definire e pianificare eventuali azioni correttive necessarie.
6. Definire procedure di verifica per il raggiungimento degli standard fissati.
7. Definire delle procedure di registrazione.

Il **Codex Alimentarius**, invece, fu pubblicato nel 1963 dalla FAO (Food and Agriculture Organization) e dall'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità), le quali hanno raccolto e uniformato un insieme di regole e normative al fine di garantire che gli scambi internazionali degli alimenti avvenissero salvaguardandone la freschezza e la qualità, nonché per prevenire eventuali effetti dannosi dovuti ad una scorretta produzione e conservazione degli stessi.

Oltre alla sicurezza alimentare, il Gruppo si impegna ad assicurare i più alti standard di sicurezza in altri ambiti. Le attività del Gruppo prevedono infatti che si svolgano controlli metodici anche su altre tipologie e aspetti legati alla sicurezza **meccanica, statica, dinamica e tossicologica**. In relazione agli obblighi di responsabilità da parte del produttore per i danni generati da prodotti, il Gruppo ha adottato delle linee guida interne basate sulle disposizioni di diverse legislazioni e volte a sviluppare un approccio comune che assicuri il raggiungimento dei più elevati standard di sicurezza. Tale assunzione di responsabilità implica la necessità di rispettare regimi particolarmente stringenti, in particolar

modo all'interno di alcuni ordinamenti giuridici come l'Australia, l'Inghilterra e gli Stati Uniti d'America.

L'adeguatezza e l'efficacia delle pratiche descritte vengono assicurate a livello di Gruppo dal team di Product Safety&Liability, che interagendo con le aree tecniche e le filiali opera in modo reattivo per la gestione di eventuali segnalazioni che possono giungere dal mercato o da enti interni, e in modo preventivo svolgendo in fase di progettazione un'attività di valutazione e trattamento dei rischi. [\[GRI 416-1\]](#)

Inoltre, in fase di pre-produzione, vengono svolte attività di audit specifiche, condotte da enti terzi,

che hanno come obiettivo quello di verificare che tutti i prodotti del Gruppo siano allineati con gli standard normativi vigenti, in termini di sicurezza.

Nel corso del triennio 2020-2022 sono stati segnalati due casi di non compliance relativi alla sicurezza dei prodotti, uno dei quali avvenuto nell'ultimo anno. Nel caso più recente, a causa di un rischio di distacco di alcune parti di un accessorio ("Julienne Disc"), due modelli di food processor a marchio Kenwood sono stati volontariamente richiamati dal mercato. Inoltre, il ritiro è avvenuto in accordo con le autorità competenti dei 21 Paesi coinvolti. Il secondo caso si è verificato invece nel 2021 e ha riguardato alcuni prodotti della categoria comfort realizzati da un fornitore terzo e commercializzati dal Gruppo nei mercati del Canada, Stati Uniti e Messico. I lotti interessati sono stati richiamati dal mercato per prevenire eventuali effetti dannosi dovuti a possibili surriscaldamenti eccessivi. In questo caso, l'attività di ritiro è stata effettuata e gestita direttamente dal fornitore terzo in accordo con le autorità locali.

Un aspetto rilevante è rappresentato dalla collaborazione tra gli enti tecnici e la Direzione Marketing nell'ambito dell'**informativa di prodotto**. Essa, infatti, varia a seconda delle norme e dei regolamenti locali: a titolo esemplificativo, negli Stati Uniti il Gruppo è soggetto a una legge - la Proposition 65 - che obbliga i produttori a comunicare, per mezzo dell'apposizione di segnali d'allarme, l'eventuale presenza di sostanze nocive negli articoli in vendita. Le suddette unità organizzative si occupano anche della realizzazione e del controllo dei libretti d'uso e delle etichette, assicurandone la coerenza

con il quadro normativo di tutti i paesi in cui i prodotti vengono distribuiti. Nello specifico, i temi dell'informativa e dell'etichettatura di prodotto vengono attenzionati con particolare cura dal Gruppo, che per adempiere correttamente agli obblighi normativi deve rispettare prescrizioni specifiche; tra queste, ad esempio, la richiesta di riportare informazioni sul paese di origine del prodotto e l'eventuale presenza di gas refrigeranti all'interno degli elettrodomestici che il Gruppo commercializza. È fondamentale, inoltre, che il manuale di utilizzo contenga le informazioni relative alle modalità d'uso e di smaltimento del prodotto, una volta che questo raggiunge il proprio fine vita. [\[GRI 417-1\]](#)

In questo ambito, nel 2022 è stato rilevato un caso di non conformità, relativo a un lotto di prodotto Ariete che non presentava una documentazione completa. Seppur tale mancanza non abbia comportato un rischio legato alla salute e alla sicurezza del consumatore, a fronte della segnalazione del problema da parte della Camera di Commercio italiana il Gruppo è incorso in una sanzione pecuniaria. [\[GRI 416-2\]](#) Inoltre, nel corso del 2021 si sono registrati due casi di non compliance per il marchio Capital Brands; tuttavia, essi sono stati prontamente risolti con una transazione pecuniaria concordata tra le parti coinvolte. Durante il 2020, invece, è stata riscontrata solo una non conformità per il Marchio Ariete, la cui etichetta non recava il nome e l'indirizzo del produttore. [\[GRI 417-2, 2-27\]](#)

3.2 Design ed innovazione per la sostenibilità dei prodotti

Il Gruppo De' Longhi si pone come obiettivo quello di portare avanti un approccio eco-friendly nella produzione dei propri articoli, tale per cui venga prestata la stessa attenzione all'ambiente e alle comunità coinvolte lungo tutta la catena del valore, a partire dalle fasi di ideazione e di approvvigionamento delle materie prime.

Inoltre, la Società si adopera costantemente per rendere il proprio modello di business più sostenibile da diversi punti di vista, attraverso la promozione di numerose attività come l'impiego di materiali **riciclabili** o **recuperabili** nei prodotti. Ad esempio, allo scopo di ridurre la produzione di rifiuti plastici, il Gruppo si è posto l'obiettivo di raggiungere entro il 2027 l'utilizzo nei nuovi elettrodomestici del 30% di **plastiche riciclate** sul totale di quelle impiegate. Già nel 2022 tale impegno ha portato ad ottimi risultati sia nell'area coffee, con le macchine da caffè Lattissima One Evo e Gran Lattissima 2.0 contenenti rispettivamente il 18% e il

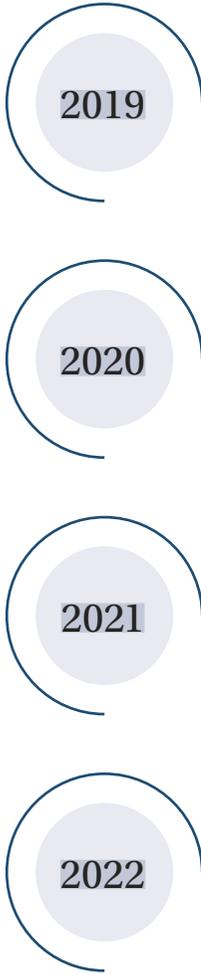
17% di plastiche riciclate, che in quella comfort, dove le plastiche riciclate di PAC Pinguino e Capsule Desk rappresentano rispettivamente il 20% e il 53% di quelle totali.⁵

Parallelamente all'attività sopra descritta, si aggiunge uno sforzo costante per implementare l'uso di materiali per il **packaging a minor impatto ambientale**, il miglioramento dell'**efficienza energetica** dei prodotti e la promozione ai consumatori di **stili di vita più salutari e sostenibili**.

Un packaging sempre più sostenibile

Nel corso degli ultimi anni un aspetto che è stato particolarmente monitorato dal Gruppo è quello relativo al packaging, per il quale sono state sviluppate diverse iniziative al fine di ridurre i costi di approvvigionamento e mitigare gli impatti ambientali. Di seguito vengono evidenziate le principali attività condotte negli ultimi anni in questo ambito:

⁵ Le percentuali di plastica riciclata indicate sono calcolate sul peso totale della plastica dell'elettrodomestico.



2019

2020

2021

2022

Il marchio Braun estende i propri studi di **Life Cycle Assessment** (LCA) alle diverse tipologie di packaging esistenti, alla ricerca di alternative meno impattanti dal punto di vista delle emissioni di CO₂.

Numeri chiave:

- **18**: i modelli commercializzati online aventi come imballaggio cartone riciclato e compostabile;
- **> 15.000**: i prodotti commercializzati nell'anno aventi packaging **100% plastic free**

Braun prosegue gli studi per la ricerca di materiali sostenibili e alternativi alla plastica: tra questi, materiali **biodegradabili** per realizzare i nastri adesivi e **fonti energetiche alternative** per la realizzazione del polistirolo.

Presso lo stabilimento di Dongguan le scatole per lo stoccaggio dei prodotti vengono stampate in loco con un materiale plastico **riciclato al 50%**. Inoltre, proseguono gli studi di Braun e Kenwood finalizzati alla ricerca di **materiali alternativi** alla plastica e all'EPS (Polistirene Espanso Sinterizzato).

Più della metà dei prodotti a marchio Braun e De' Longhi sono stati commercializzati con un **packaging privo di polistirolo**. Inoltre, nello stabilimento cinese di Dongguan sono state realizzate nuove plastic bags con il 30% di plastica post consumo riciclata.

La maggior parte degli sforzi del Gruppo si è concentrata da un lato sulla riduzione di plastica (plastic bag e EPS) e dall'altro sulla riduzione complessiva dei volumi di packaging. Nonostante le difficoltà di tale processo, nel 2022 sono stati fatti notevoli passi in avanti: ad esempio, il 56% dei prodotti Braun è stato venduto senza imballaggi in EPS (+6% rispetto al 2021) e il 58% di kitchen machines messe sul mercato da Kenwood era dotato di packaging cartaceo. Tale sforzo nell'ottimizzazione del confezionamento e degli imballaggi in ottica di sostenibilità si è esteso anche ad altri brand del Gruppo: ad esempio, nel 2022 il marchio De' Longhi ha commercializzato il 70% dei prodotti con un packaging privo di polistirolo. Infine, presso lo stabilimento cinese di Dongguan sono state condotte alcune iniziative che hanno portato all'introduzione di plastic bags costituite dal 30% da plastica riciclata da post consumo (PCR) e alla realizzazione di imballaggi esterni prevalentemente costituiti da cartone (e non da EPS). Relativamente a questi ultimi, si evidenzia come tutti i prodotti della categoria Home care realizzati nello stabilimento di Dongguan non hanno previsto l'uso di polistirolo, presente invece in minima quota nel packaging dei prodotti del segmento caffè e della preparazione del cibo, con una percentuale di cartone invece pari rispettivamente all'89% e al 74% dell'imballaggio totale.

Le attività di LCA (Life Cycle Assessment) hanno giocato un ruolo fondamentale nel percorso intrapreso dal Gruppo per rendere il packaging più sostenibile. Oltre ad aver ottenuto ottimi risultati in termini di riduzione del materiale plastico utilizzato per il packaging dei propri handblender, già nel 2020 il marchio Braun aveva condotto un'attività di LCA per mappare le possibili soluzioni di packaging alternative e cogliere quali avessero un minor impatto in termini di emissioni di CO₂. Tale impegno è proseguito nel 2021, con la volontà di adottare un software che permettesse di condurre analisi LCA a livello di Gruppo: i buoni riscontri ottenuti hanno

portato, nel corso del 2022, ad estendere l'analisi anche al marchio De' Longhi, e in particolare a tre prodotti strategici appartenenti alle categorie fully automatic, pump coffee machines e kitchen machines.

Per quanto riguarda la riduzione di elementi di carta e cartone, sia Braun che De' Longhi hanno digitalizzato completamente il manuale d'uso di alcuni prodotti, in un'ottica di Gruppo di trasferire su internet i manuali d'uso dei prodotti più semplici, e di offrire una versione ibrida, quindi con delle informazioni essenziali stampate e altre disponibili solo online, per i prodotti più complessi come le fully automatic coffee machines. Invece, per quanto riguarda i prodotti della categoria caffè, è stato aumentato l'utilizzo del cartone, arrivando a una media del 30% sul totale dei materiali del packaging finale.

Le azioni di efficientamento promosse dal Gruppo hanno coinvolto direttamente anche la logistica e le operations. In particolare, il Gruppo si è impegnato per il riutilizzo degli imballaggi in plastica e cartone, presenti nelle componenti in entrata che solitamente vengono smaltiti una volta consegnato il carico: ad esempio, presso lo stabilimento di Dongguan le scatole di stoccaggio dei prodotti sono stampate in loco utilizzando per il 50% un materiale plastico riciclato.

Inoltre, presso gli stabilimenti cinesi, particolare attenzione è stata posta sull'utilizzo sostenibile dei pallet: al fine di ridurre i consumi di legno vergine, i tradizionali bancali per il trasporto e lo spostamento delle merci sono stati sostituiti, già da qualche anno, con pallet in materiale plastico recuperato dagli scarti di produzione. Anche presso gli stabilimenti di Mignagola e di Cluj sono impiegati pallet in plastica riciclata: iniziative di questa natura permettono di ridurre non solo la quantità di legno utilizzato, ma anche il numero di camion utilizzati per il trasporto, con un sostanziale risparmio in termini di emissioni di CO₂.

Prodotti connessi per un comfort massimizzato

In continuità con gli anni precedenti, anche nel 2022 il Gruppo De' Longhi ha dedicato una quota di investimenti allo sviluppo di soluzioni tecnologiche sofisticate, con la finalità di garantire, grazie a sistemi come Wi-Fi, Bluetooth e schermate touch, una maggior connettività e facilità d'utilizzo dei prodotti offerti. Tali sistemi consentono di offrire da una parte un elevato grado di personalizzazione dei prodotti, dall'altra un'assistenza da remoto efficace che abilita la possibilità di risolvere eventuali anomalie di funzionamento in modo tempestivo.



Primadonna Soul è la macchina del caffè dotata di connessione Wi-Fi che, grazie ad un'applicazione installata sullo smartphone e alla tecnologia **Bean Adapt**, può essere regolata da remoto. L'utente può infatti modificare le impostazioni della macchina e bilanciare le componenti alla base della preparazione del caffè, come il livello di macinatura, dosaggio e temperatura.



La tecnologia **Cooling Surround Technology**, l'algoritmo **Realfeel** e la tecnologia **Bluetooth**, rendono la nuova linea di condizionatori portatili monitorabili da remoto. Infatti, su un telecomando smart sono montati i sensori di umidità e temperatura, così da monitorare le condizioni ambientali in maniera più accurata e in prossimità del consumatore.



Il sistema di **geofencing**, installato su una serie di condizionatori destinati al mercato europeo, permette di geolocalizzare l'utente, così da ottimizzare i consumi quando non si trova in prossimità del prodotto.



Nell'ambito della cottura dei cibi e del comfort domestico sono ormai consolidate diverse linee di prodotti caratterizzate da interfacce utente innovative e user friendly e soluzioni connesse: tra queste, una serie dei prodotti Apple Homekit per il riscaldamento, commercializzati sul mercato giapponese, e un deumidificatore connesso al Wi-Fi, venduto invece sul mercato Europeo.



L'efficienza energetica dei prodotti: prestazioni ottimali e impatto ridotto

Le attività di ricerca e sviluppo per la realizzazione di prodotti sempre più efficienti dal punto di vista energetico rappresentano una prerogativa del Gruppo De' Longhi, che da anni si impegna per essere all'avanguardia nei confronti di una tematica ormai al centro dell'attenzione pubblica e in continua evoluzione in ambito normativo.

Le sfide rappresentate dalle cogenze normative, soprattutto a causa del carattere internazionale del Gruppo, hanno imposto di rivolgere un'attenzione scrupolosa al tema dell'**efficienza energetica**. Ad esempio, l'Unione Europea negli ultimi anni ha predisposto diversi regolamenti su questo tema, tra cui il Regolamento UE n.1188 del 2015, che stabilisce un livello di risparmio energetico minimo che tutti i prodotti dell'area comfort devono soddisfare. Inoltre, in ottemperanza al Regolamento UE n. 517/2014 sui gas fluorurati a effetto serra, già a partire dal 2018 De' Longhi ha iniziato a sostituire i gas refrigeranti dei prodotti con circuito frigo destinati al mercato europeo con il **gas propano**, un materiale refrigerante naturale caratterizzato da un ridotto potenziale di riscaldamento globale (GWP, Global Warming Potential). Tuttavia, nel mercato

USA l'utilizzo di tale gas non è consentito dalla normativa in vigore: per questo motivo, il Gruppo ha completato nel 2021 la migrazione di tutti i condizionatori sul gas refrigerante sintetico R32, caratterizzato da un GWP di minor impatto rispetto a quelli dei gas utilizzati in precedenza: pur non essendo efficiente quanto il propano, l'R32 rappresenta ad oggi la migliore soluzione possibile consentita dai vincoli normativi statunitensi.

Nel Gruppo prosegue poi da molti anni l'impegno per aumentare l'efficientamento energetico dei prodotti, introducendo nuove soluzioni che ottimizzano i consumi degli stessi. La maggior parte di esse riguarda le macchine per il caffè, per le quali molti sforzi sono stati fatti per rendere i loro sistemi di riscaldamento meno energivori, introducendo le modalità Eco ad elevato risparmio energetico e minimizzando i consumi dei prodotti stessi durante lo stato di stand-by.

Di seguito sono descritte le principali novità del 2022 in ambito di **efficientamento energetico** dei prodotti:



La prestazione energetica di diversi articoli a marchio De' Longhi è stata migliorata: il Pinguino PAC EX105, lanciato in luglio 2022, ha ottenuto la classe A+++ , divenendo così l'unico modello sul mercato con questa classificazione. Inoltre, hanno raggiunto una classe energetica A o superiore la quasi totalità delle macchine da caffè superautomatiche, tutte le macchine Lattissima e le macchine manuali con controllo elettronico. Tra queste ultime, nel nuovo modello Dedicata Maestro il tempo di spegnimento è diminuito da 9 minuti a 5, con una stima di riduzione del consumo energetico annuo per ogni dispositivo venduto di 2,1 kWh; grazie a questa miglioria, il prodotto ha ottenuto la classe energetica A+. Tale risultato è stato reso possibile dall'**alleggerimento** di alcuni componenti di alluminio dei sistemi di riscaldamento, comunemente chiamati **termoblocchi**: oltre a ridurre l'utilizzo di materie prime, questo alleggerimento ha permesso di diminuire il consumo di energia necessaria per portare a temperatura la macchina durante l'accensione.

Grazie a uno studio di sistemi per ridurre i tempi di autospegnimento e ottimizzare i consumi durante la fase di stand-by, è stato sviluppato - in

collaborazione con il Politecnico di Milano - un nuovo sistema innovativo di riscaldamento della coppa portafiltro. Questo ha permesso di realizzare un prototipo di macchina da caffè caratterizzata da un dimezzamento dei consumi nella fase di stand-by rispetto ai requisiti minimi previsti dalla normativa, grazie ad una pompa con un sistema a induzione magnetica. Il **riscaldamento a induzione**, infatti, permette di generare calore su un corpo metallico con determinate caratteristiche elettromagnetiche, senza che questo sia a diretto contatto con l'elemento riscaldante. Tale tecnica risulta quindi perfettamente applicabile alla coppa portafiltro, riscaldandola in tempi notevolmente ridotti rispetto alle tecniche già note e in uso in passato.

Si è conclusa l'estensione della soluzione **mono boiler** a tutta la gamma di macchine del caffè completamente automatiche del marchio De' Longhi, comprese quelle a basso voltaggio commercializzate nei mercati giapponese e americano. Infatti, fino al 2019 tali prodotti contenevano due caldaie destinate a scaldare l'acqua per il caffè e quella per il vapore: grazie a questa soluzione si è ridotto anche il totale di materie prime impiegate.

Smontabilità e riparabilità per prodotti duraturi

Un'altra caratteristica essenziale di un prodotto sostenibile è la **durabilità**: i prodotti De' Longhi sono progettati per resistere al tempo e all'usura, garantendo sempre la massima qualità e funzionalità. Anche facilitare la **riparabilità** dei prodotti è un impegno che il Gruppo porta avanti con costanza, ponendo una particolare attenzione nei confronti di aspetti come la semplicità di smontaggio e la condivisione di medesimi elementi meccanici tra più prodotti della stessa linea.

Al fine di incrementare durabilità e riparabilità dei prodotti, nel corso del 2022 soluzioni già adottate per alcuni modelli come la Maestosa e La Specialista sono state estese a tutte le macchine da caffè a marchio Nespresso. Tali migliorie includono anche la pratica di stabilire, già in fase di progetto, come svolgere eventuali operazioni di riparazione, così da ottimizzare le possibilità di risolvere i guasti e mantenere i prodotti funzionanti più a lungo nel tempo. Proprio per migliorarne la riparabilità e ridurre il tempo di sostituzione delle componenti, nel 2022 si è concluso un progetto finalizzato a modificare i telai delle macchine da caffè La Specialista e Maestro: la soluzione finale ha previsto la sostituzione di una parte del telaio maggiormente soggetta ad

usura con un componente facilmente separabile dal pezzo, in modo da semplificarne la sostituzione. Per quanto riguarda il modello Dedicata Arte, invece, nel corso del 2022 è stato avviato uno studio per la definizione di criteri per la misurazione di alcuni indici di riparabilità: la finalità del progetto è quella di anticipare l'introduzione di una norma su un indice di riparabilità, già valida in Francia su altre categorie di prodotti (come smartphone, laptop, televisioni, lavatrici e tosaerba) e che disciplina l'obbligo di esporre informazioni chiare sulla riparabilità delle apparecchiature elettriche ed elettroniche.

Progetti simili hanno riguardato anche le kitchen machines a marchio Kenwood, per le quali si è proceduto a standardizzare le componenti interne oltre che a ridurre il numero delle stesse: grazie all'introduzione di tali soluzioni è stato possibile garantire una riparabilità dei prodotti più semplice e quindi più veloce. L'impegno profuso negli anni nello sviluppo di prodotti con tali caratteristiche è stato riscontrato anche attraverso l'ottenimento del premio *Red Dot* per diversi prodotti Braun, come il New TexStyle 7 Pro, il PowerBlend 9 e il MultiQuick MQ 7, un riconoscimento che attesta il valore qualitativo basandosi su diversi criteri, tra i quali appunto la durabilità del prodotto.



Durabilità

Per verificare l'affidabilità e la durabilità dei prodotti, durante la fase di sviluppo degli stessi vengono effettuati **numerosi test** che simulano l'utilizzo sia delle singole componenti che del prodotto finito, sotto forma di diverse migliaia di erogazioni di bevande in condizioni di utilizzo standard.



Riparabilità

- Nel 2022 si è concluso un progetto per modificare i telai della macchina **La Specialista**, agevolandone la riparabilità e riducendo il tempo di sostituzione delle componenti;
- Per le **kitchen machines** del marchio **Kenwood** è proseguito il processo di riduzione e standardizzazione delle componenti interne, rendendo le attività di riparazione più semplici e veloci.

Inoltre, al fine di facilitare le pratiche di manutenzione e di ridurre la quantità di detersivo e acqua impiegati nel lavaggio, le nuove macchine da caffè superautomatiche sono dotate di sistemi brevettati appositi. Questi sono tali da permettere, ad esempio, di smontare comodamente alcuni componenti e di lavarli con il semplice uso di acqua corrente. Per quanto riguarda il sistema latte, invece, questo viene pulito sfruttando vapore e acqua calda al termine di ciascuna erogazione, permettendo quindi al consumatore di riporre il latte comodamente in frigorifero e utilizzarlo in un secondo momento.

In generale, l'unica attività di manutenzione significativa che viene richiesta per le macchine da caffè De' Longhi consiste nel tradizionale ciclo di decalcificazione, che consiste in una procedura da eseguirsi per rimuovere il calcare all'interno del prodotto e fondamentale per garantirne una maggior durabilità. Al fine di rendere questa operazione più efficace per i consumatori, negli anni il Gruppo ha sviluppato un prodotto specifico, denominato *Eco-decalc*, il quale può essere utilizzato per la decalcificazione e rappresenta una soluzione naturale, efficace, sicura e rispettosa dell'ambiente.

Benessere quotidiano grazie ad abitudini alimentari più sane

Un trend importante ed in continuo sviluppo è poi quello dei consumatori che desiderano adottare **abitudini alimentari più sane**. Anche in questo campo, il Gruppo De' Longhi impiega strategie di sviluppo di nuovi prodotti finalizzate a supportare la diffusione di stili di vita salutari cercando di mantenere inalterati i **principi nutritivi** degli alimenti. Tutte le macchine da caffè De' Longhi, sia superautomatiche che manuali, sono infatti perfettamente in linea con tali esigenze: le caldaie a controllo elettronico della temperatura permettono di mantenere ottimali le condizioni del caffè macinato, senza alterarne le proprietà organolettiche ed esaltandone l'aroma, in linea con i più severi limiti consigliati dagli standard internazionali del settore. Inoltre, la linea di *estrattori Pure Juice* di Kenwood, grazie alla consolidata *Scrolling Technology*, permette di ridurre il surriscaldamento e l'ossidazione degli ingredienti, evitando che la spremitura di frutta e verdura riduca le proprietà nutritive. In ambito di diete salutari, per i prodotti del Gruppo sono inoltre numerose le iniziative in essere già dall'inizio del triennio di rendicontazione: tra queste, si cita la gamma di friggitorici *Multifry*, che grazie alla cottura degli alimenti tramite aria calda garantisce un utilizzo ridotto di oli vegetali (e quindi grassi) e riduce l'impatto ambientale generato dallo smaltimento dell'olio di frittura.

Al fine di raggiungere gli obiettivi in questa direzione, nel corso degli anni il Gruppo ha condotto diverse iniziative; tra le più significative si evidenziano le seguenti:



Grazie ad una collaborazione con l'Università di Padova sono proseguiti i progetti che riguardano lo sviluppo di una macchina per il caffè appositamente progettata per **ottimizzare l'erogazione delle bevande vegetali**, insieme alla realizzazione di un nuovo sistema latte che sfrutta i principi della **vi-bro-chimica**. Questo garantisce non solo una più efficiente erogazione dei liquidi, ma anche un'infusione ottimale dal punto di vista organolettico.



Un progetto con l'Università di Reading ha contribuito ad ottenere una conoscenza più approfondita degli **effetti sulle proprietà nutritive** degli alimenti da parte di calore, ossigeno, velocità delle lame e, più in generale, delle azioni di miscelazione dei frullatori.



Attraverso una partnership con il Politecnico di Torino è stato realizzato un prodotto multifunzionale: combinando un design aerodinamico e l'innovativa tecnologia *3D ComfortAir*, il **termoventilatore "3 in 1"** è in grado di svolgere le funzionalità di purificazione, riscaldamento e raffrescamento.



Nell'ambito del PNRR il Gruppo De' Longhi ha partecipato a un bando del Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR) ed è divenuto parte integrante di **Onfoods**, una fondazione coordinata dall'**Università di Parma** e che unisce realtà pubbliche e private nella ricerca di nuovi **modelli alimentari sostenibili, sicuri e salutari**. La fondazione si è posta sei obiettivi strategici, in linea con quelli del **PNRR** (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza), che intende perseguire operando su sette direttrici tematiche, ognuna delle quali si concentra su un aspetto specifico e cruciale del sistema alimentare.





4

La sostenibilità
in tutte le fasi
produttive



P

Processes are
value in progress

Processes
are value
in progress

Come Gruppo De' Longhi ci impegniamo a gestire le risorse energetiche in modo responsabile ed efficiente, contribuendo attivamente alla lotta contro il cambiamento climatico. Allo stesso tempo, la nostra priorità è garantire il rispetto incondizionato dei diritti umani e delle condizioni di lavoro in ogni fase della produzione, aiutando a prosperare le comunità in cui operiamo. La nostra attenzione all'ambiente e all'impatto sociale non si ferma mai, così come non si ferma la catena del valore. Una catena che, per il Gruppo De' Longhi, si chiude su se stessa per diventare un circolo virtuoso lungo tutto il processo produttivo.

Il nostro 2022...



L'elettricità acquistata dalla rete da tutto il Gruppo coperta da certificati di **Garanzie d'Origine (GO)**

52%



I rifiuti inviati ad attività di recupero, quali riuso, recupero, riciclo e compostaggio

87%



La riduzione delle emissioni di **CO₂ complessive**

- 16%

(calcolate con il metodo market-based)



I nuovi fornitori di prodotto finito sottoposti ad **audit secondo criteri sociali e ambientali**

100%

...e le nostre sfide future

Lotta al cambiamento climatico



Sviluppare un inventario dei gas serra in linea con i principali standard internazionali per identificare le aree di intervento per ridurre le emissioni di GHG

Acquistare elettricità certificata da Garanzie di Origine (GO), che attestano l'origine rinnovabile dell'elettricità consumata

Riduzione delle emissioni di GHG (Scope 1&2)

Interventi di efficienza energetica finalizzati ad apportare adeguamenti e/o implementare nuove soluzioni per ridurre i consumi energetici degli impianti/uffici

Promuovere la protezione e la gestione dell'ambiente a livello di stabilimento introducendo un sistema di gestione ambientale certificato ISO 14001 in tutti gli stabilimenti del Gruppo

Assicurare i più alti standard in termini di salute e sicurezza implementando il sistema H&SMS certificato ISO 45001 negli stabilimenti del Gruppo

Redazione di:

- i. Codice di Condotta per i Fornitori, che descrive i requisiti etici, sociali e ambientali del Gruppo nei rapporti con i fornitori;
- ii. Linee guida per l'Approvvigionamento Responsabile, contenenti i requisiti etici, sociali e ambientali del Gruppo sulla base dei quali la Direzione Acquisti valuta i fornitori



Estensione dell'inventario GHG alle emissioni Scope 3



100% dell'energia elettrica acquistata negli impianti del Gruppo da fonti rinnovabili



Riduzione del 43% delle emissioni di GHG (Scope 1&2), in linea con la metodologia SBT



Ridurre l'intensità energetica per unità di prodotto



Il 100% degli impianti del Gruppo certificato ISO 14001



Il 100% degli impianti del Gruppo certificato ISO 45001

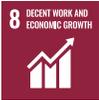


Adozione del Codice di Condotta per i Fornitori e delle Linee Guida per l'Approvvigionamento Responsabile



Monitoraggio delle prestazioni sociali, ambientali e di salute e sicurezza dei fornitori

Ambiente di lavoro sicuro



Filiera responsabile



4.1 I nostri stabilimenti

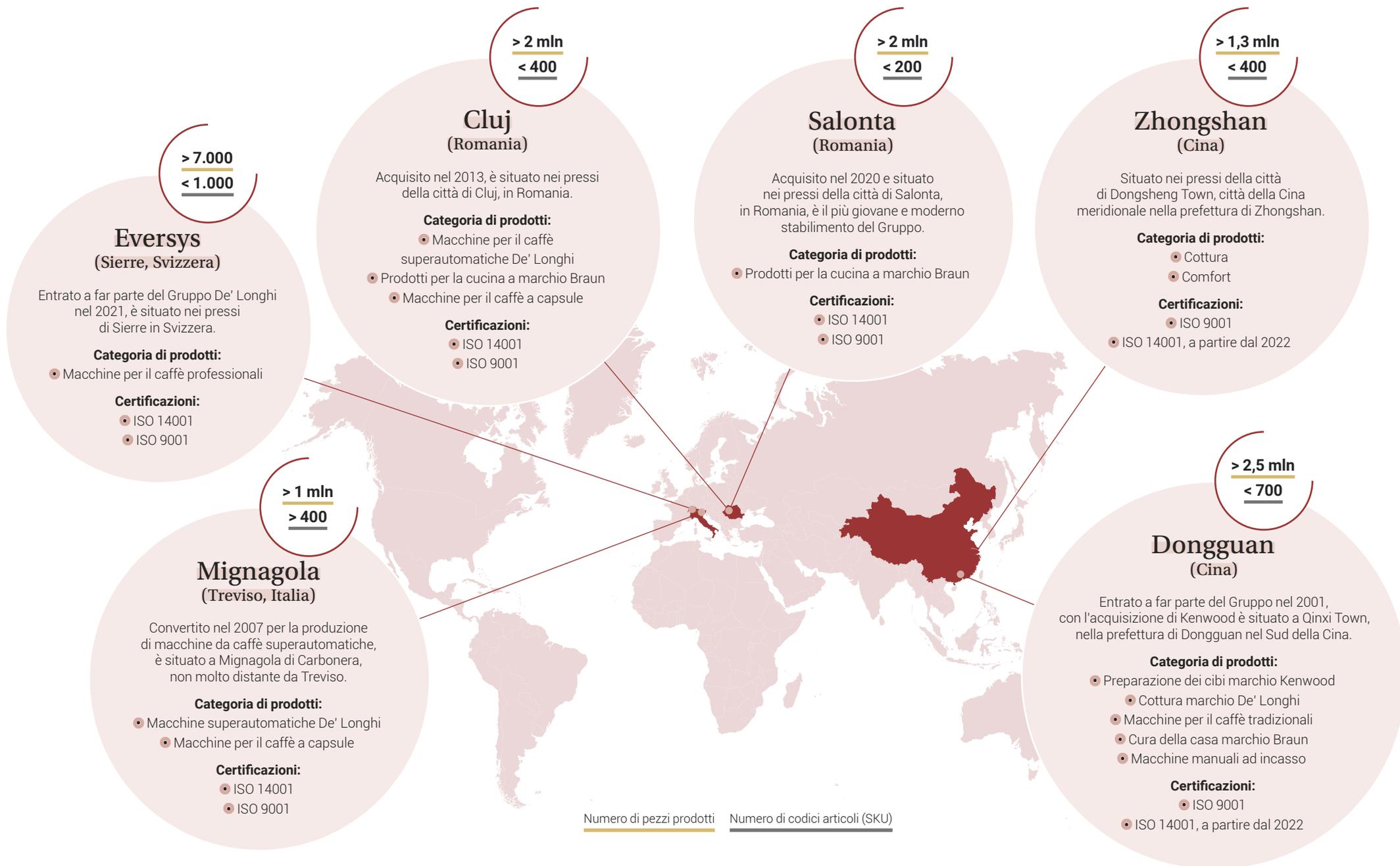
I pilastri alla base del modello produttivo del Gruppo De' Longhi sono due: da un lato vi sono i **stabilimenti produttivi** collocati in Italia, Romania, Cina e Svizzera, dove si svolgono le attività di produzione e assemblaggio del prodotto finito, che coprono oltre il 60% del venduto; dall'altro vi sono invece gli **Original Equipment Manufacturer (OEM)**, partner qualificati ai quali vengono demandate le funzioni di produzione di alcuni prodotti. Da anni, inoltre, il Gruppo ha adottato l'approccio *local for global*, che attraverso la creazione di dedicati centri di competenza a seconda delle geografie, è finalizzato ad assicurare che la realizzazione di un prodotto sia allocata in un unico stabilimento.

Successiva alla fase di produzione vi è quella di **collaudo**, svolta da team dedicati e operativi in ogni impianto, la cui finalità è quella di testare la

sicurezza del prodotto; la funzione Quality, invece, si occupa di eseguire specifiche attività di audit per verificare il rispetto dei **requisiti qualitativi** dei prodotti. Una volta portate a compimento le opportune verifiche, i nuovi prodotti vengono stoccati in appositi magazzini presso i centri di sourcing e negli hub logistici, pronti per essere distribuiti tramite il network commerciale del Gruppo.

Come descritto nel capitolo precedente, la gestione del servizio di informazioni ai consumatori finali e l'assistenza tecnica sono affidati alla funzione Customer Care (per maggiori informazioni si veda il paragrafo *Supporto, trasparenza e tutela dei dati: così ci prendiamo cura dei nostri consumatori*, all'interno del precedente capitolo).





La Direzione Supply Chain e le funzioni Quality e Acquisti si occupano di gestire in maniera sinergica la **catena di fornitura**, in modo tale da garantire la continuità del business, elevati standard di qualità e il rispetto di requisiti ambientali e sociali legati alle pratiche del lavoro.

Tre strutture dedicate conducono le attività di **valutazione dei prodotti finiti**, così come il loro acquisto e il monitoraggio dei fornitori: situate in Italia e all'estero per assicurare una risposta pronta, efficace e adeguata alle peculiarità dei diversi mercati in cui il Gruppo opera, a ciascuna di esse vengono assegnate responsabilità specifiche a seconda delle

categorie di prodotto e della vicinanza geografica della produzione. Gli uffici preposti all'area caffè e stiro, ad esempio, sono collocati in Italia, mentre i prodotti motor driven vengono gestiti nel Regno Unito e l'area comfort si concentra ad Hong Kong.

Infine, in Europa i team della Direzione Supply Chain (presenti in Italia e Romania) presidiano la gestione dei **materiali** funzionali alle componenti dedicate alla produzione, compito che in Cina è demandato ai responsabili degli stabilimenti locali, supportati dai tre Uffici Acquisti suddivisi per categoria di prodotto.



Una logistica sempre più efficiente

Per il Gruppo De' Longhi, che opera in un mercato caratterizzato da una domanda fortemente volatile, risulta essenziale una gestione efficiente del sistema logistico, il cui fulcro è rappresentato dai magazzini di stoccaggio delle merci, sparsi in tutto il mondo per poter garantire la continuità del business. Negli ultimi anni, in particolare, quest'ultima ha rappresentato un aspetto di estrema importanza, messo a dura prova dalla pandemia di Covid-19 prima e dallo scoppio del conflitto russo-ucraino dopo. Questi due avvenimenti hanno avuto un impatto - anche se in misura e in momenti diversi - sulla disponibilità di materie prime e sulla libertà di circolazione delle merci. Nonostante queste difficoltà, la **continuità** distributiva non si è mai interrotta, grazie anche alla costante ricerca di soluzioni alternative in termini di approvvigionamento di materiali e componentistica, al fine di fronteggiare al meglio i periodi emergenziali. Per quanto riguarda invece la logistica out-bound, il 2022 - come già il 2021 - ha conosciuto

un'ulteriore accelerazione significativa delle attività dirette di **e-commerce**, che permettono di effettuare la consegna diretta al cliente evitando il passaggio dal magazzino del retailer. Tale sviluppo, influenzando positivamente sull'efficienza delle consegne, consente di generare benefici anche in termini di impatto ambientale.

L'efficientamento e la riduzione degli impatti legati all'attività logistica passano anche attraverso l'iniziativa cross-funzionale denominata **Assembly to order** o **Assembly To Truck**, che prevede l'invio di prodotti ai clienti direttamente dal sito produttivo, senza che l'articolo debba passare attraverso l'hub logistico regionale. Si tratta pertanto di una pratica analoga all'attività di e-commerce, che viene resa possibile dal fatto che l'attività finale di etichettatura dei prodotti viene svolta direttamente all'interno dello stabilimento produttivo, non rendendo più necessario il passaggio dai singoli hub locali.

4.2 La responsabilità lungo tutta la catena del valore



Il Gruppo De' Longhi presta grande attenzione alla gestione responsabile della catena di fornitura, promuovendo le migliori pratiche in termini di **qualità** dei prodotti, di rispetto dei **diritti umani e dei lavoratori** e di **responsabilità ambientale**. Un lavoro chiave in tal senso viene svolto dalla funzione Quality, che da anni sottopone tutti i fornitori di prodotto finito ad audit periodici aventi l'obiettivo di assicurare il rispetto dei diritti umani, dei valori espressi nel Codice Etico del Gruppo, della compliance con le principali normative in vigore e degli standard in ambito ambientale (tra i quali REACH, RoHS, etc.).

Nel corso del 2022 sono state due le principali novità messe in atto per assicurare un maggior controllo della catena di fornitura: per prima cosa, si segnala l'estensione del Codice Etico di Gruppo a tutti i fornitori - non solo a quelli di prodotto finito - tramite il caricamento del documento, tradotto in tre lingue (italiano, inglese e cinese), sul vendor portal a loro dedicato. Inoltre, sullo stesso portale sono state pubblicate le **Responsible sourcing guidelines**, un documento volto a definire specifici criteri di valutazione del rischio associato ai fornitori e ad assicurare un adeguato livello di controllo per tutti quelli attivati nel corso dell'anno; ad oggi, tali linee guida rappresentano il punto di partenza per le attività di audit.

Responsible Sourcing Guidelines

Lo scopo di queste linee guida è quello di definire i criteri di valutazione del rischio associato ai fornitori esistenti, nonché di assicurare un livello di controllo adeguato su tutti quelli nuovi. Il livello di rischio associato al singolo fornitore viene calcolato sulla base di tre fattori:

- La tipologia di fornitore: primo o secondo livello, produttori conto terzi e subappaltatori e fornitori di servizi;
- L'area geo-politica di appartenenza: a ciascun paese viene associato un livello di rischio (alto, medio, basso) basato su KPI che prendono in considerazione fattori quali il rispetto dei diritti umani, la salute e la sicurezza sul luogo di lavoro e la salvaguardia dell'ambiente;
- La rilevanza del business: esprime il livello di importanza del fornitore per il Gruppo, misurato a partire dai volumi di vendita del singolo fornitore in relazione al business di De' Longhi.

I tre fattori vengono successivamente aggregati

al fine di ottenere un livello di rischio complessivo (alto, medio, basso) per ciascun fornitore.

Gli audit che il Gruppo conduce sui fornitori possono poi seguire tre procedure diverse - light, medium o reinforced - a seconda dei livelli di rischio individuati (nel caso di un nuovo fornitore) o sulla base della valutazione ottenuta nel corso degli audit precedenti (nel caso di fornitori esistenti).

In base alla valutazione del rischio complessivo, il Dipartimento Central Quality Assurance prepara ogni anno un piano di audit che verranno eseguiti dal personale interno, utilizzando una checklist regolarmente aggiornata. In caso di non conformità riscontrate nel corso dell'audit stesso, il Gruppo si rende disponibile a collaborare con i fornitori e a sostenerli nell'esecuzione di eventuali azioni correttive; se anche a seguito di queste ultime il fornitore non è in grado di allinearsi ai requisiti minimi obbligatori stabiliti nel Codice di Condotta dei Fornitori, il Gruppo si riserva il diritto di interrompere il rapporto commerciale.



In linea con quanto previsto dallo standard internazionale **SA 8000** (Social Accountability), gli audit ambientali e sociali vengono condotti prevalentemente presso i fornitori di prodotto finito degli stabilimenti cinesi. Tra gli aspetti sottoposti ad esame vi sono il rispetto dell'orario e delle condizioni di lavoro, della libertà di associazione e di contrattazione collettiva e possibili comportamenti discriminatori, ma anche aspetti legati alla salute e sicurezza e alla formazione del personale. Un ulteriore importante aspetto nelle attività di supervisione e controllo capillare della catena di fornitura è rappresentato dall'obbligo di sottoscrizione, da parte di tutti i fornitori che operano in Cina, del **Code of Conduct** del Gruppo De' Longhi. La sottoscrizione di tale documento permette di sottolineare l'importanza di tematiche cruciali, quali la condanna del **lavoro minorile** e del **lavoro forzato**, il rispetto delle condizioni salariali minime e, in ogni caso, della **dignità** dei lavoratori. Inoltre, tutti i fornitori di primo livello sono tenuti a condividere il Codice Etico del Gruppo anche ai subfornitori con cui collaborano.

Si segnala che nel corso del 2022 non vi sono stati episodi di violazione del **Code of Conduct** del Gruppo, e pertanto non è stato necessario implementare alcuna azione correttiva.

A partire dal 2020 sono entrati a regime gli audit secondo **criteri ambientali**: integrati nella checklist utilizzata nel corso degli audit di Social Accountability, sottopongono ad un esame di conformità i fornitori, verificando, per esempio, la presenza di un sistema di gestione ambientale in linea con lo

standard ISO 14001, che identifica le migliori pratiche del fornitore stesso con un focus aggiuntivo su temi come emissioni, scarichi e rifiuti. In questo modo, il Gruppo conduce attività di audit che riguardano contemporaneamente sia le tematiche ambientali che socioeconomiche; in base a quanto raccolto in fase di valutazione vengono identificate eventuali azioni correttive, mentre i relativi follow-up sono registrati in un secondo momento in un sistema ad hoc, che consente di tenere continuamente monitorati gli aggiornamenti e gli impegni presi da parte dei fornitori. Il processo di valutazione dei fornitori appena descritto è formalizzato e monitorato attraverso una procedura dedicata, che dal 2019 implica che tutti i nuovi fornitori siano soggetti a una qualifica SCOC (*Social Accountability Code of Conduct*).

Nel corso del 2022, oltre il 90% delle attività di audit sui fornitori è stato condotto in presenza e non da remoto, come invece avvenuto nel biennio precedente a causa delle misure emergenziali di contrasto alla pandemia di Covid-19. Questi audit hanno coinvolto anche sei nuovi fornitori, attivati nel corso dell'anno.

Nel 2022 la totalità dei nuovi fornitori di prodotto finito (100%) è stata sottoposta ad un'attività di valutazione dei **criteri sociali**, in linea con quanto previsto dallo standard SA 8000 e confermando il trend del biennio precedente. Inoltre, nessun audit SCOC ha portato a un risultato "zero tolerance", che comporterebbe l'interruzione del rapporto con il fornitore in esame. **[GRI 414-1]**



Social Accountability

Elaborata nel 1997 dall'ente americano SAI (*Social Accountability International*), lo Standard *Social Accountability* (SAI) 8000 è una norma internazionale basata sulle convenzioni ILO (*International Labour Organization*), sulla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e sulla convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti del Bambino. Si tratta del primo standard internazionale che fornisce una misura del grado etico e della responsabilità di un'azienda rispetto agli aspetti sociali, di seguito identificati:

1. Lavoro minorile
2. Lavoro obbligato
3. Salute e Sicurezza dei lavoratori
4. Libertà di associazione e contrattazione collettiva
5. Discriminazione
6. Misure disciplinari
7. Ore di lavoro
8. Retribuzione
9. Sistema di gestione

Anche per quanto riguarda gli **aspetti ambientali** il 100% dei fornitori di prodotto finito attivati nel corso del 2022 (6 in totale) è stato sottoposto a audit, in continuità con quanto avvenuto nel 2021. **[GRI 308-1]** Sempre nel corso del 2022 sono poi stati condotti 60 audit per verificare il rispetto dei **diritti umani**, 58 dei quali presso fornitori di prodotto finito e i rimanenti presso gli stabilimenti del Gruppo, per una copertura complessiva di circa il 63% delle operations del Gruppo stesso, il 21% in più rispetto al 2021. A commento di tale trend, si segnala come gli audit di Social Accountability vengano eseguiti con una cadenza bi-annuale per ogni fornitore, col risultato di possibili asimmetrie che si riflettono nei dati ad anni alterni, anche in funzione dell'ingresso di nuovi fornitori.

A valle delle attività di audit, i risultati delle valutazioni di qualità dei prodotti concorrono alla creazione di un **vendor rate**, che svolge una duplice funzione: da un lato permette di classificare i partner in quattro categorie (*preferred, approved, probation ed exit plan*), dall'altra di monitorare i rapporti con i fornitori in un'ottica di continuous improvement nel lungo periodo.

Fig. 28 - Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali, numero e percentuale **[GRI 414-1]**

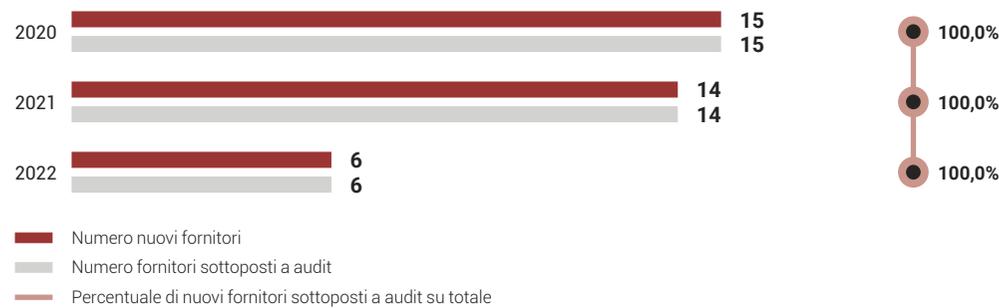
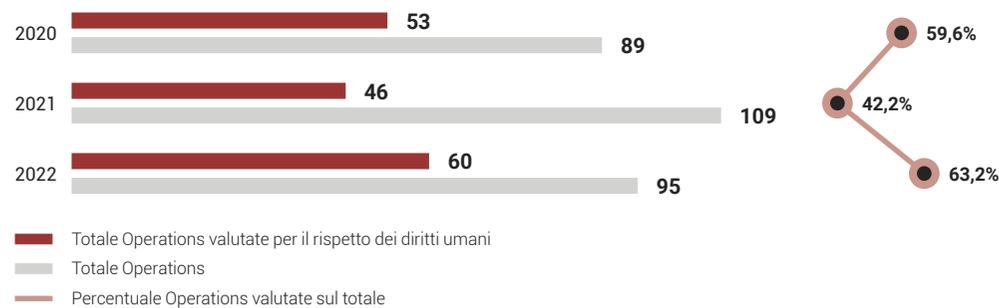


Fig. 29 - Operations oggetto di valutazione sui diritti umani, numero e percentuale



4.3 Ridurre la nostra impronta ambientale

La riduzione degli impatti ambientali derivanti dalle proprie attività quotidiane rappresenta un impegno cui il Gruppo dedica costante impegno da anni, attraverso la ricerca e lo studio di nuove soluzioni. La realtà complessa ed eterogenea all'interno della quale opera richiede inoltre di stare sempre al passo con **contesti normativi** variegati e in costante evoluzione: la gestione degli aspetti ambientali e della conformità legislativa in tale ambito, essenziale per una corretta gestione delle attività, è demandata alla Direzione Operation & Technology e alla Direzione Qualità.

Nel corso degli anni il Gruppo si è adoperato affinché in ognuno dei suoi stabilimenti produttivi vi fosse un sistema di gestione ambientale certificato **ISO 14001**, un obiettivo raggiunto nel 2022 grazie all'ottenimento della certificazione per gli stabilimenti cinesi. Tale risultato garantisce la presenza di un sistema in grado di eseguire un'analisi ambientale integrata su tutta la catena del valore, di significativa importanza per programmare azioni di miglioramento volte a mitigare gli impatti ambientali delle attività del Gruppo.

Alcuni esempi concreti a dimostrazione dell'impegno del Gruppo nella riduzione della propria impronta ambientale sono rappresentati dall'installazione di **pannelli fotovoltaici** presso lo stabilimento di Mignagola e dall'attivazione di sistemi di monitoraggio dei consumi e dell'efficienza energetica presso l'headquarter di Treviso e gli stabilimenti in Italia e in Romania. Se tali sistemi consentono di effettuare precise valutazioni dei consumi e dell'efficienza energetica dei singoli siti, i pannelli fotovoltaici del sito produttivo italiano nel 2022 hanno

Le principali iniziative di energy saving del Gruppo De' Longhi

- Installazione di pannelli fotovoltaici (Mignagola)
- Installazione di un impianto di trigenerazione (Mignagola)
- Sostituzione degli impianti di illuminazione con lampade a led (Cluj, Mignagola)
- Sensori di movimento che consentono all'impianto di illuminazione di attivarsi solo quando necessario (Mignagola)
- Installazione di colonnine di ricarica per automobili elettriche (HQ Treviso)
- Sostituzione dei macchinari nelle linee di stampaggio e saldatura (Dongguan, Onshiu)
- Installazione di misuratori di consumo energetico (Dongguan, Onshiu)

permesso di ridurre notevolmente gli impatti ambientali legati alla produzione di energia, grazie alla produzione di 927.116 kWh, pari all'8% del totale dell'energia consumata nel sito durante l'anno.

Come negli anni precedenti, anche nel 2022 è poi proseguita l'attività di relamping presso gli stabilimenti italiani, cinesi e romeni, dove oggi vi sono sistemi di illuminazione che - a parità di prestazioni - permettono di ridurre considerevolmente i consumi energetici. Nello specifico, a Mignagola è stata completata l'installazione di **lampade a led** nelle aree esterne e il montaggio è continuato anche nelle aree interne dello stabilimento, mentre presso quelli di Cluj e Salonta la sostituzione dei sistemi di illuminazione a lampade tradizionali hanno

evidenziato un risparmio pari rispettivamente a 161.697 kWh e 73.509 kWh nel solo 2022. Inoltre, presso i tre stabilimenti è stato installato un sistema di **rilevamento dei movimenti**, tale per cui l'illuminazione si attiva solo nel caso in cui vi sia un effettivo movimento nell'area, evitando che le luci restino accese quando non necessario.

Sempre nel 2022, il piano di energy saving del Gruppo ha anche portato al completamento dell'**impianto di trigenerazione** di Mignagola, entrato ufficialmente in funzione nel mese di settembre e in grado di fornire al sito energia elettrica, termica e frigorifera. Inoltre, una sempre maggiore presenza di modelli ibridi o interamente elettrici all'interno della flotta aziendale ha reso necessaria

l'installazione di apposite **colonnine di ricarica** elettrica presso l'headquarter di Treviso.

Sempre in ottica di energy saving, lo stabilimento di Cluj ha adottato l'uso di un olio di ultima generazione per i macchinari preposti allo stampaggio ad iniezione, un'iniziativa che ha reso possibile un risparmio energetico pari al 7% rispetto al 2021, quando ancora veniva impiegato l'olio tradizionale. Infine, anche presso gli stabilimenti cinesi vi sono state diverse migliorie dei macchinari - in particolare sulle macchine per lo stampaggio della plastica, linee di sgrassaggio e di scarico, saldatrici laser - che hanno permesso un efficientamento degli asset produttivi, cui si aggiunge l'installazione di **misuratori di consumo**, che permettono di monitorare costantemente e in maniera accurata i consumi di energia elettrica. In questo modo, sulla base dei dati ottenuti, è possibile identificare le aree e le mansioni più energivore e pianificare azioni di mitigazione ed efficientamento degli stabilimenti.

Un altro aspetto cruciale per la mitigazione degli impatti ambientali è legato al miglioramento delle prestazioni in termini di emissioni inquinanti, e, di conseguenza, di **qualità dell'aria**: a tal fine, oltre al costante monitoraggio delle attività dei camini, nel 2022 la sostituzione della resina a base solvente con una a base acqua ha permesso una riduzione delle emissioni inquinanti pari al 18% presso lo stabilimento di Cluj e pari al 33% presso lo stabilimento di Salonta.

Anche in ambito di **economia circolare** e gestione responsabile dei rifiuti il Gruppo pianifica e implementa ogni anno diverse iniziative in tutti i propri

stabilimenti. Nei siti di Mignagola e Dongguan, per esempio, i rifiuti generati dallo stampaggio della plastica vengono recuperati e immessi nuovamente nel ciclo produttivo, permettendo così di risparmiare sull'acquisto di materie prime e di ridurre la quantità di scarti di produzione destinati allo smaltimento. Il recupero avviene anche per altri materiali, come carta, cartone e nylon, mentre gli scarti derivanti dalla lavorazione di materiali ferrosi vengono rivenduti come materia prima.

Nel 2022, anche presso gli stabilimenti di Cluj e Salonta sono state portate avanti nuove iniziative per la riduzione e il recupero della polvere da caffè e degli scarti di materiali plastici: in particolare, si evidenzia come nel corso dell'anno l'88% della polvere da caffè sia stato venduto a un'azienda che la riutilizza per la produzione di mattoni, mentre nel solo secondo semestre del 2022 sia stato riciclato il 100% dei rifiuti plastici derivanti dal processo di stampaggio ad iniezione. Inoltre, le attività di recupero degli scarti da caffè hanno ricevuto un nuovo impulso anche presso lo stabilimento di Mignagola, dove già da anni venivano recuperate le capsule Nespresso utilizzate per i test: nel corso del 2022 è stata modificata la taratura del macinino, consentendo una riduzione di circa l'80% dei consumi energetici e del 100% dei consumi di caffè (per un totale di circa 150 tonnellate in un anno).

Per ulteriori iniziative coerenti con l'approccio del Gruppo in ambito di sostenibilità e focalizzate su temi quali efficientamento energetico, durabilità e riparabilità di prodotto si rimanda al capitolo *Integrando la sostenibilità nel design e nell'innovazione di prodotto*.



Consumi energetici

Nel 2022, i **consumi energetici complessivi** a livello di Gruppo si attestano su 372.130 GJ, in diminuzione di circa il 12% rispetto all'anno precedente (422.263 GJ). Tale riduzione è legata soprattutto ad una riduzione dei volumi di produzione (-41% di pezzi prodotti), riconducibile principalmente all'andamento generale del mercato europeo nel corso dell'anno. Il rapporto tra consumi diretti (quelli per il riscaldamento e il trasporto) e quelli indiretti (legati ad energia elettrica, teleriscaldamento e raffrescamento) nel 2022 ha raggiunto il 45%, un dato in netto aumento rispetto ai dati del biennio precedente (nel 2021 pari al 26,7% e nel 2020 al 30,1%) e dovuto prevalentemente all'installazione dell'impianto di trigenerazione di Mignagola. L'impianto, completato nel 2022, ha infatti contribuito a circa il 37% dei consumi di gas naturale dell'intero Gruppo.

In particolare, si rileva che l'energia elettrica acquistata da rete nazionale nel 2022, pari a 253.778 GJ (-23% rispetto al 2021), è responsabile di quasi il 79% dei consumi energetici totali del Gruppo, rappresentando quasi la totalità dei consumi indiretti registrati nell'anno.

Fig. 30 - Consumi diretti e indiretti, percentuale e GJ [GRI 302-1]

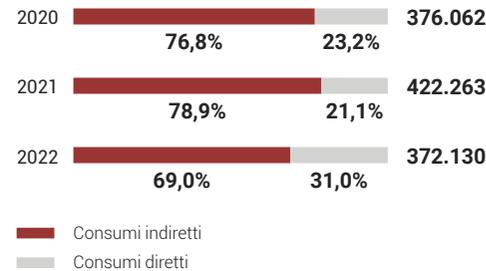
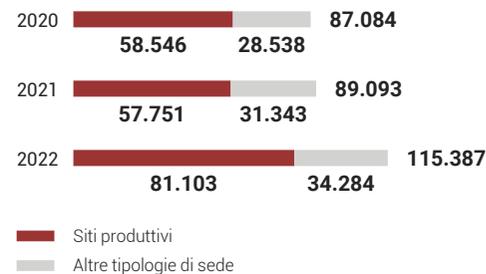


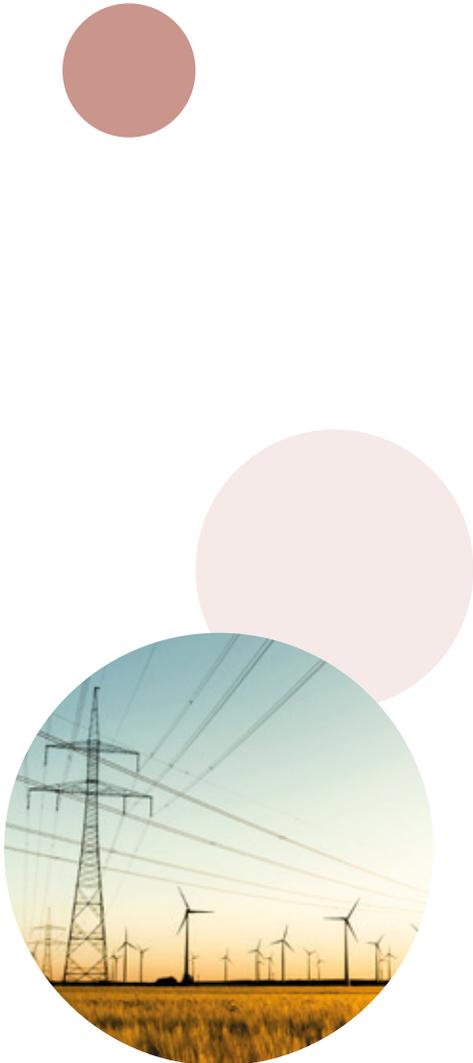
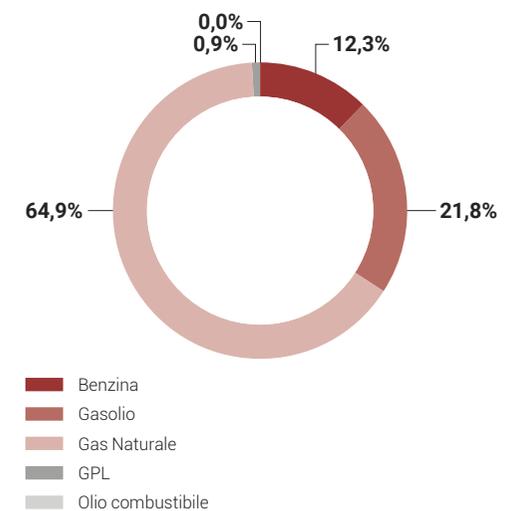
Fig. 31 - I consumi diretti, GJ [GRI 302-1]



I **consumi energetici diretti** risultano pari a 115.387 GJ nel 2022, in aumento di circa il 30% rispetto all'anno precedente; circa l'80% di essi è riconducibile agli stabilimenti produttivi.

Il grafico sottostante illustra il mix energetico che costituisce i consumi diretti di energia (quelli da combustibile): per il 64,9% sono dovuti all'utilizzo di gas naturale, per il 21,8% e il 12,3% ai consumi di gasolio e benzina per la flotta aziendale; GPL e olio combustibile sono invece utilizzati in misura inferiore (pari rispettivamente allo 0,9% e allo 0,1% del totale).

Fig. 32 - La composizione dei consumi da combustibile nel 2022, percentuale [GRI 302-1]



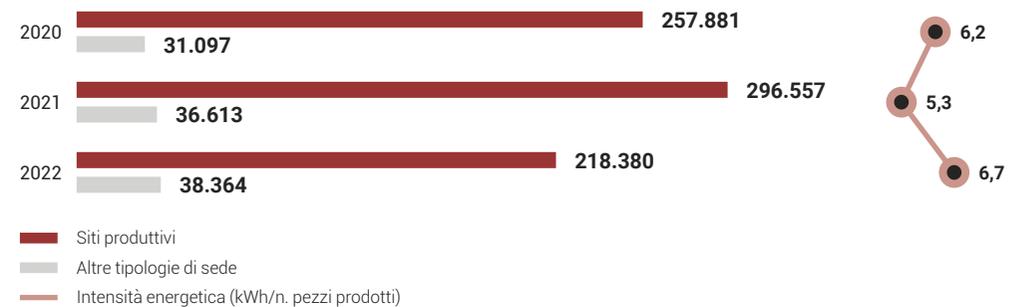
Anche i consumi indiretti di energia elettrica per pezzo prodotto sono in leggera crescita rispetto al biennio precedente, passando da 6,2 kWh/pezzo prodotto (2020) e 5,3 kWh/pezzo prodotto (2021) a 6,7 kWh/pezzo prodotto nel 2022. Su tale trend incide la riduzione dei volumi di produzione, responsabile dell'incremento dell'indice di intensità energetica nonostante i consumi indiretti di energia elettrica siano diminuiti durante l'anno di rendicontazione. [GRI 302-3]

La parte di energia elettrica consumata che è stata prodotta da **fonti rinnovabili** risulta pari a 3.338 GJ, in lieve diminuzione rispetto al 2021 (3.423 GJ). Nel 2022, inoltre, il Gruppo ha acquistato certificati di Garanzie d'Origine (GO) i quali attestano la provenienza da fonti rinnovabili e che coprono il 52% circa dell'energia elettrica acquistata dagli stabilimenti del Gruppo nel corso dell'anno.

Oltre a quelle già descritte precedentemente, ulteriori iniziative di energy saving sono state condotte

nel 2022 negli stabilimenti cinesi di Dongguan e OnShiu. Presso il primo, in particolare, è proseguita la politica di investimento sulle presse ad iniezione elettrica rispetto all'utilizzo delle tradizionali macchine idrauliche a iniezione, che dal 2020 ha permesso un risparmio complessivo di circa 2.345.000 kWh. Inoltre, nel corso dell'anno sono stati installati nuovi sistemi di illuminazione a led che hanno portato a un risparmio di 239.933 kWh rispetto alle lampade tradizionali. [GRI 302-4]

Fig. 33 - I consumi di energia elettrica, GJ [GRI 302-1]



Emissioni climalteranti

Le **emissioni complessive di CO₂** del Gruppo, calcolate con il metodo *Market Based*, ammontano nel 2022 a 25.979 tonnellate, in diminuzione (-16%) rispetto alle 30.890 tonnellate del 2021. Coerentemente con l'andamento dei consumi energetici, si può constatare come le emissioni di CO₂ siano dovute principalmente ai consumi di energia elettrica, che incidono per circa il 79% sulle emissioni di CO₂ totali a livello di Gruppo.

Relativamente alle **emissioni di CO₂ dirette**, nel 2022 si registra un valore pari a 5.483 t, prevalentemente riconducibili ai consumi energetici dei siti produttivi (56% circa contro il 44% di quelli dovuti alle altre tipologie di sede) ed in linea con quelle dell'anno precedente.

Per quanto riguarda invece le **emissioni indirette** di CO₂ (calcolate con il metodo *location based*), nel 2022 si registra un valore complessivo di 29.152 t, di cui circa l'88% legato ai siti produttivi.

Fig. 34 - Le emissioni totali di CO₂, tonnellate di CO₂ [GRI 305-1 e 305-2]

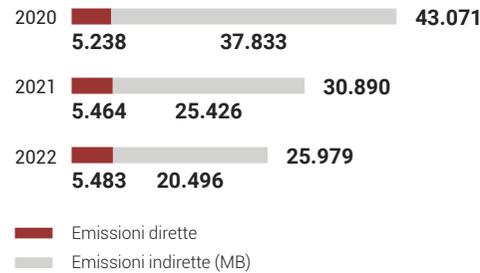


Fig. 35 - Le emissioni dirette Scope 1, tonnellate di CO₂ [GRI 305-1]



Fig. 36 - Le emissioni indirette Scope 2, tonnellate di CO₂ [GRI 305-2]

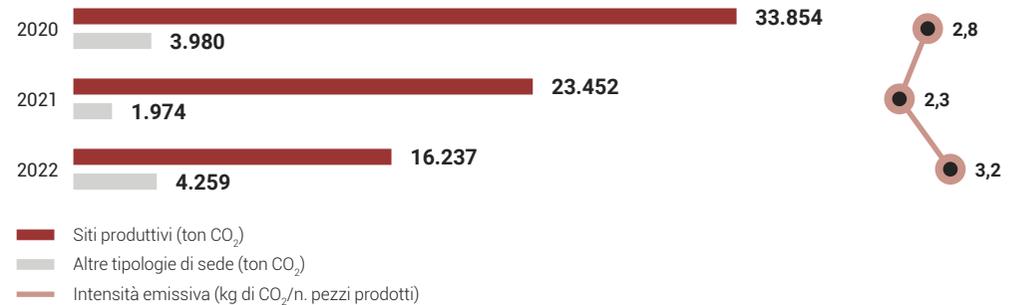
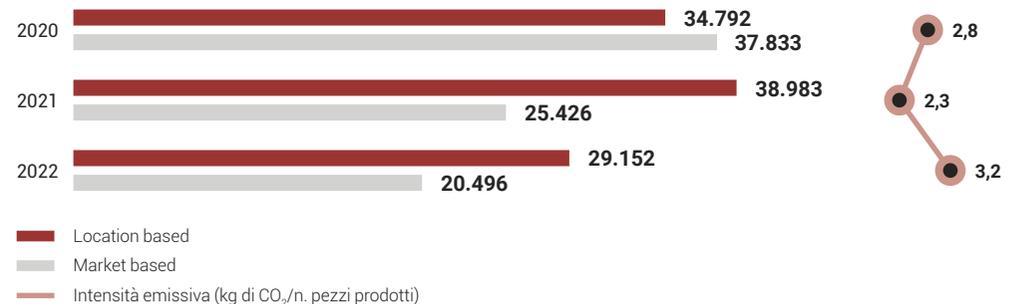


Fig. 37 - Le emissioni indirette Scope 2, tonnellate di CO₂ [GRI 305-2]





Nel 2022, le emissioni Scope 2 calcolate secondo la metodologia **market based** risultano più basse di circa 8.650 tonnellate rispetto alle **location based** e dimostrano un netto calo rispetto al 2021 (-19%); ciò è dovuto all'acquisto da parte del Gruppo di certificati di garanzia di origine a copertura dei consumi elettrici 2022 degli stabilimenti di Mignagola (Italia), Cluj e Salonta (Romania), Eversys (Svizzera) e delle sedi commerciali dislocate in UK.

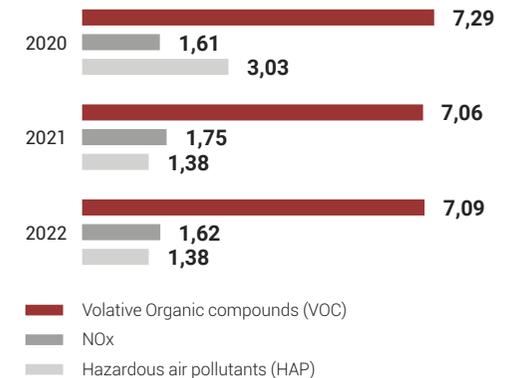
Confrontando le emissioni Scope 2 *location based* per pezzo prodotto si può notare un aumento del 39% circa rispetto al precedente esercizio (da 2,3 kg di CO₂ per pezzo prodotto nel 2021 a 3,2 kg di CO₂ per pezzo prodotto nel 2022), riconducibile soprattutto alla diminuzione del numero di pezzi prodotti dal Gruppo nel 2022. Occorre infatti tenere conto del fatto che negli stabilimenti produttivi del Gruppo si rilevano dei consumi energetici strutturali, i quali, a prescindere dai volumi produttivi degli impianti stessi, si mantengono costanti. **[GRI 305-4]**

Emissioni inquinanti

Le emissioni inquinanti, costituite principalmente da elementi quali **NOx, SOx, polveri** e composti organici volatili (**VOC**) rappresentano un elemento nocivo per la salute, nonché per l'inquinamento locale. Per il Gruppo De' Longhi, le più significative a livello di impianti produttivi sono quelle causate dai VOC, di cui nel corso del 2022 sono state emesse poco più di 7 tonnellate, in linea con quanto accaduto nel biennio 2020-2021. Ulteriori tipologie di emissioni inquinanti riguardano i cosiddetti HAP (*Hazardous Air Pollutants*), che con poco meno di

1,4 tonnellate risultano in linea con il 2021 e in netta diminuzione rispetto al 2020 (-54%). I quantitativi di NOx emessi nel 2022 risultano invece in leggera diminuzione rispetto a quanto registrato nel 2021 (-7%). Trascurabili o addirittura nulli sono invece i quantitativi di POP (*Persistent Organic Pollutants*), SOx e particolati (PM) emessi in atmosfera. **[GRI 305-7]**

Fig. 38 - Altre emissioni inquinanti in atmosfera, tonnellate **[GRI 305-7]**



Gestione dei rifiuti

La gestione consapevole dei rifiuti è uno degli aspetti fondamentali in cui si declina l'attenzione del Gruppo De' Longhi nei confronti della sostenibilità ambientale. Presso tutti gli uffici e presso tutti gli stabilimenti produttivi, il Gruppo si spende per incentivare la pratica del riciclo, impegnandosi per ridurre al minimo la quantità di rifiuti destinata allo smaltimento. La riduzione degli sprechi e una raccolta differenziata quanto più precisa e costante sono infatti temi su cui vengono sensibilizzati e incoraggiati anche i dipendenti. Inoltre, con il fine di ridurre l'uso della carta e della plastica usa-e-getta è stato incentivato l'uso di soluzioni digitali sostitutive.

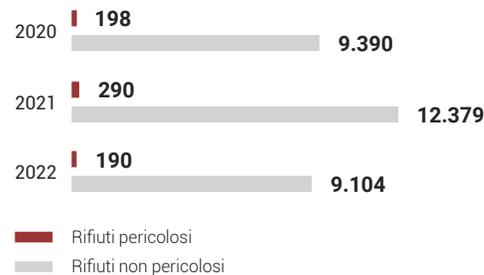
Negli stabilimenti produttivi, una speciale attenzione è rivolta alla separazione e al trattamento dei rifiuti pericolosi da quelli non pericolosi, attraverso programmi volti alla sensibilizzazione dei lavoratori. In quest'ottica, si specifica che il Gruppo gestisce lo smaltimento dei rifiuti elettronici con un processo differenziato.

Un altro aspetto importante che riguarda prettamente gli stabilimenti è quello della gestione del packaging e, in particolare, della riduzione dei volumi, dell'utilizzo di materiali riciclati e del riciclaggio del packaging stesso. Parte di questi sforzi si è concretizzata nel progetto pilota **REBOX**, condotto nell'ultimo trimestre del 2022: al fine di ridurre il volume di scatole impiegate e smaltite, è stato adottato l'uso di una particolare scatola in polipropilene cannettato, le cui caratteristiche hanno permesso di ridurre il numero giornaliero di scatole impiegate del 40% rispetto al 2021. Infatti, il suo design innovativo dotato di un coperchio a chiusura a scatto, un fondo livellato che permette una più facile apertura e chiusura e un porta-etichetta esterno ne permettono il riuso e una gestione fisica dei flussi di riciclo più efficiente.

Alcune delle iniziative più virtuose in ambito di riciclo sono svolte presso lo stabilimento cinese di OnShiu, dove si utilizzano gabbie di metallo riciclate per la realizzazione delle scatole di movimentazione interna del materiale, dove i prodotti finiti vengono stoccati sfruttando pallet riciclati e dove tutti i flussi di spostamento interno dei prodotti sono eseguiti senza l'utilizzo di imballaggi di carta e cartone. Per quanto riguarda lo stoccaggio dei rifiuti, invece, negli ultimi anni è stata seguita un'opera di rinnovamento del magazzino dove vengono depositati i rifiuti pericolosi prima di essere trattati, in modo tale da rendere la raccolta più efficiente e sicura.

Durante il 2022 gli stabilimenti produttivi del Gruppo hanno generato 9.294 tonnellate di **rifiuti**, di cui il 98% di tipo non pericoloso e il restante 2% pericoloso, con una netta riduzione rispetto al 2021. Del totale dei rifiuti prodotti, circa l'87% (89% dei rifiuti non pericolosi e 29% dei rifiuti pericolosi) è stato inviato ad attività di recupero, quali riuso, recupero, riciclo e compostaggio. Si segnala che il 100% dei rifiuti prodotti nel 2022 dal Gruppo De' Longhi è stato trattato offsite. **[GRI 306-1, GRI 306-2]**

Fig. 39 - I rifiuti prodotti presso gli stabilimenti produttivi, tonnellate



Per quanto riguarda i rifiuti **non pericolosi** prodotti nel 2022, la maggior parte è stata inviata ad attività di riciclo (65,8%) e di recupero (22,6%), tra cui anche recupero energetico. Per quanto riguarda i rifiuti **pericolosi**, invece, la maggior parte di essi è stata destinata all'incenerimento (24,5%) o sottoposta a trattamento chimico (23%).

Fig. 40 - Rifiuti pericolosi prodotti nel 2022 per tipologia di smaltimento, percentuale

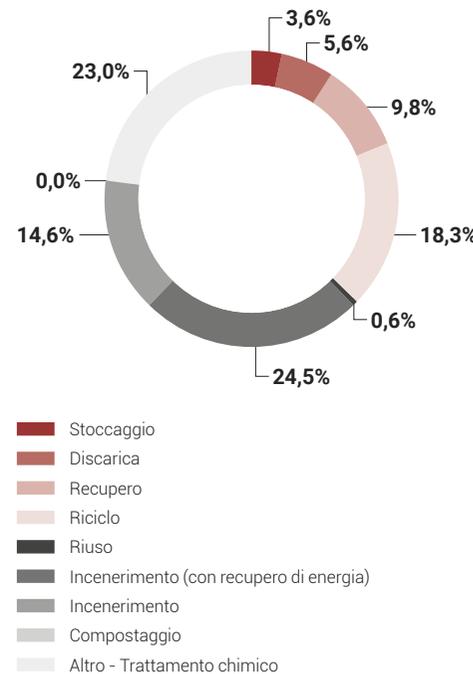
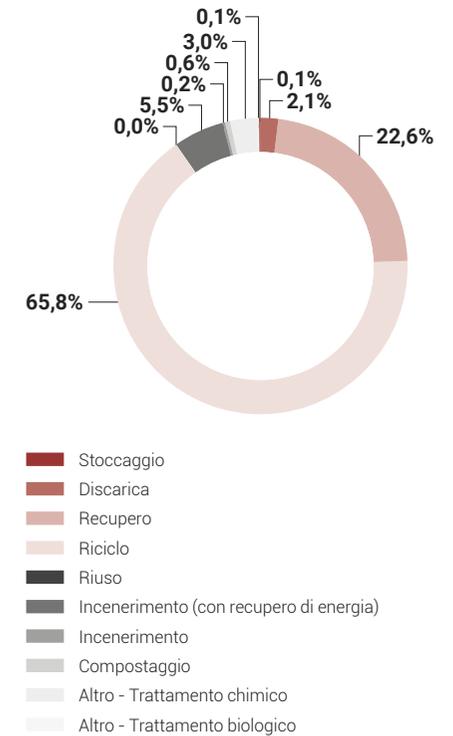


Fig. 41 - Rifiuti non pericolosi prodotti nel 2022 per tipologia di smaltimento, percentuale



Gestione della risorsa idrica

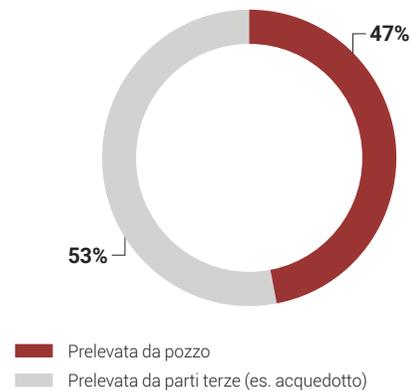
Il Gruppo De' Longhi si impegna ad assicurare una gestione responsabile e sostenibile della risorsa idrica; questa viene impiegata per usi sanitari nelle mense e nei servizi, e negli stabilimenti produttivi per il raffreddamento di macchinari e stampi, per il raffrescamento degli ambienti e per attività di collaudo. Riguardo a quest'ultima funzione, nel corso del 2022, presso lo stabilimento di Mignagola è stata inaugurata una nuova tipologia di collaudo, che consente di sostituire l'uso della risorsa idrica con l'uso di aria. Questo nuovo processo consente un risparmio del 90% dei volumi d'acqua complessivi e presenta il vantaggio di eliminare i residui d'acqua dai circuiti, di ridurre le tempistiche necessarie all'attività di collaudo e di ridurre i consumi energetici del 70% circa.

Non si registra un consumo di acqua durante il processo produttivo: tutta la quantità che viene prelevata viene successivamente scaricata; prima che questo avvenga, il Gruppo si impegna nella conduzione di appositi test di qualità, ai quali segue un'eventuale fase di trattamento per assicurare il rispetto delle normative vigenti a livello locale.

Nel 2022, presso gli stabilimenti produttivi, sono stati prelevati 501.536 m³ di acqua. Di questi, il 53% è stata prelevata da parti terze, come ad esempio gli acquedotti comunali, mentre il restante 47% è stato prelevato da bacini sotterranei.

Nel 2022, i consumi e i prelievi d'acqua sono stati ridotti notevolmente rispetto al 2021: in particolare, si segnala come presso lo stabilimento di Dongguan siano stati consumati 21.208 m³ d'acqua, un decremento notevole rispetto ai 146.382 m³ dell'anno precedente.

Fig. 42 - Totale prelievi idrici nel 2022, percentuale





Nota metodologica



I principi per definire i contenuti e la qualità del Report

Il Report di Sostenibilità del Gruppo De' Longhi ha come obiettivo quello di rendicontare i temi rilevanti per il Gruppo e per i suoi principali stakeholder. Lo standard di rendicontazione adottato per la redazione del Report consiste nei *GRI Sustainability Reporting Standards 2021* (di seguito anche *GRI Standards*), pubblicati dal *Global Reporting Initiative* (GRI), secondo l'opzione *In Accordance*. In particolare, nella predisposizione del Report, si è fatto riferimento a quanto previsto dallo *Standard GRI 1: Foundation*, ai *reporting principle* ed alle informative riportate nel *GRI content index*.

Il presente documento è stato redatto secondo i principi per la definizione dei contenuti del Report suggeriti dal GRI:

- **Accuratezza:** il livello di dettaglio dei contenuti riportati nel Report risulta adeguato alla comprensione e valutazione delle performance di sostenibilità del Gruppo De' Longhi nel periodo di rendicontazione.

- **Equilibrio:** si fornisce un resoconto obiettivo delle informazioni, in modo tale che sia garantita una rappresentazione equilibrata degli impatti generati dal Gruppo, sia negativi che positivi.
- **Chiarezza:** la scelta di un linguaggio chiaro e accessibile, nonché l'utilizzo di grafici e tabelle per rappresentare le performance del Gruppo rendono il presente Report fruibile e di facile comprensione per i portatori di interesse.
- **Comparabilità:** gli indicatori presentati nel Report sono riportati per il triennio 2020-2021-2022 e accompagnati da un commento relativo al loro andamento in modo tale da permettere il confronto e la comparabilità delle performance del Gruppo nel tempo.
- **Completezza:** De' Longhi nella redazione del Bilancio di Sostenibilità ha fornito informazioni esaustive per consentire una valutazione dettagliata dei propri impatti durante il periodo di resoconto.

- **Contesto di sostenibilità:** nel redigere il seguente Report gli impatti analizzati sono stati presi in considerazione nel contesto più ampio dello sviluppo sostenibile, analizzando fonti di settore, normative e regolamenti, oltre a convenzioni internazionali, tra i quali gli Accordi di Parigi.
- **Tempestività:** il Report prende in considerazione eventi avvenuti successivamente al 31 dicembre 2022 che possano risultare significativi per la valutazione delle performance del Gruppo da parte dei portatori di interesse.
- **Verificabilità:** i dati presentati nel Report sono stati acquisiti ed elaborati in modo tale che le informazioni siano idonee a essere valutate per quanto riguarda la loro qualità.

Per assicurare la qualità delle informazioni riportate, nella redazione del Report sono stati seguiti i principi di qualità come suggerito dal GRI. **GRI 3-1**



I temi rilevanti: l'analisi di materialità

L'analisi di materialità guida il Gruppo De' Longhi nella scelta dei temi da rendicontare, allo scopo di dare piena e chiara rappresentazione della rilevanza degli impatti economici, ambientali e sociali delle attività del Gruppo stesso. Per la rendicontazione dell'esercizio conclusosi il 31 dicembre 2022, l'analisi di materialità è stata aggiornata in conformità con le nuove richieste dello *Standard GRI 2021*.

L'identificazione dei temi materiali per il Gruppo si lega, secondo le prescrizioni dello Standard, all'identificazione degli impatti generati o potenzialmente generabili dalla stessa sull'economia, l'ambiente e le persone, compresi anche gli impatti sui diritti umani, attraverso le attività e le relazioni commerciali dell'organizzazione. Questi impatti comprendono impatti negativi e positivi, impatti a breve e a lungo termine, impatti intenzionali e involontari, impatti reversibili e irreversibili.

Il Gruppo ha strutturato il processo di analisi di materialità in quattro diverse fasi:

1. Comprensione del contesto in cui opera il Gruppo: è stata svolta un'analisi documentale, prendendo in considerazione diverse categorie di fonti, sia interne che esterne al Gruppo, tra cui documenti pubblici di un panel di aziende

operanti in settori affini, le tendenze del settore, identificate tramite l'analisi delle pubblicazioni delle principali associazioni e organizzazioni internazionali, e gli articoli di giornale riferiti ad avvenimenti di rilievo che hanno riguardato il Gruppo durante l'anno.

2. Identificazione degli impatti effettivi e potenziali di De' Longhi: in questa fase l'organizzazione ha individuato i suoi impatti effettivi e potenziali sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, compresi quelli sui diritti umani di queste ultime, nell'ambito delle attività e dei rapporti di business dell'organizzazione stessa. Gli impatti effettivi sono quelli che si stanno attualmente verificando o si sono verificati nel tempo, mentre gli impatti potenziali sono quelli che potrebbero verificarsi in futuro.

3. Valutazione della significatività e della rilevanza degli impatti: tutti gli impatti sono stati valutati attraverso un processo di valutazione del grado di significatività sviluppato in linea con i criteri indicati dallo Standard.

4. Prioritizzazione degli impatti più significativi per la rendicontazione: è stata stabilita la priorità degli impatti più significativi del Gruppo e gli impatti ritenuti più rilevanti hanno guidato l'identificazione dei temi materiali inseriti nel presente Report di Sostenibilità.

Il Gruppo ha inoltre valutato e classificato i propri impatti sulla base di due parametri, gravità e probabilità. La gravità di un impatto negativo reale o potenziale è determinata dalla sua scala (cioè quanto grave è l'impatto), dalla portata (cioè quanto è diffuso l'impatto) e dalle caratteristiche irrimediabili (quanto è difficile mitigare o sanare il danno risultante). La probabilità può essere definita come la possibilità che l'impatto si manifesti, tenendo conto delle azioni che il Gruppo adotta per prevenire lo stesso. Pertanto, gli impatti generati dal Gruppo De' Longhi sono stati classificati in base al loro grado di gravità e di probabilità, ovvero sulla base della loro significatività. In seguito alle analisi svolte, il Gruppo ha approvato una lista di 13 temi materiali, dei quali 3 inerenti alla sfera ambientale, 2 relativi alla sfera di governance e 8 relativi alla sfera sociale. Infine, dopo aver identificato gli impatti significativi e aver definito i temi materiali, sono stati individuati gli indicatori GRI corrispondenti, da rendicontare all'interno del documento.

Di seguito si riporta la lista dei temi risultati materiali a seguito dell'identificazione e aggregazione degli impatti rilevanti. A ogni tema materiale sono stati associati i relativi *Topic-Specific GRI Disclosure*.



Fig. 43 - I temi materiali del Gruppo De' Longhi [GRI 3-2]

Temi materiali	Descrizione degli impatti	GRI Topic-Specific Disclosure
Gestione delle emissioni GHG e lotta al cambiamento climatico	Il consumo di combustibili fossili e di energia elettrica genera emissioni dirette e indirette di gas a effetto serra che contribuiscono al cambiamento climatico. Con l'obiettivo di mitigare e contrastare il proprio impatto, il Gruppo si impegna a implementare soluzioni finalizzate al risparmio energetico e all'utilizzo di energia da fonti rinnovabili	GRI 302-1, 302,2 GRI 305-1, 305-2, 305-4
Inclusione e pari opportunità	Una gestione non adeguatamente strutturata di aspetti relativi a inclusione e pari opportunità potrebbe condurre al verificarsi di episodi di discriminazione. Attraverso policy, procedure e iniziative coordinate dal dipartimento HR, il Gruppo si impegna a ridurre il rischio del verificarsi di tali episodi.	GRI 405-1 GRI 406-1
Gestione dei rifiuti ed economia circolare	L'utilizzo di materiali non riciclabili e una non adeguata gestione dei rifiuti generati durante la produzione potrebbero contribuire a dar luogo a un impatto negativo sull'ecosistema. Con lo scopo di mitigare l'impatto, il Gruppo mette in campo prassi di waste management all'avanguardia e nel pieno rispetto delle normative vigenti.	GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5
Salute e sicurezza dei lavoratori	La salute e la sicurezza dei lavoratori è una tematica di prioritaria rilevanza per il Gruppo. Infatti, al fine di contrastare i potenziali rischi correlati alle attività produttive, il Gruppo adotta prassi di gestione della salute e sicurezza sul lavoro, e si impegna a implementare azioni di monitoraggio e miglioramento continuo.	GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-9
Rispetto dei diritti umani	Il Gruppo è impegnato nella tutela dei diritti umani. Al fine di mitigare la probabilità di avvenimento di una violazione, sia nelle operations che lungo l'intera value chain, De' Longhi ha implementato iniziative specifiche mirate al monitoraggio delle pratiche adottate dai fornitori. Inoltre, il Gruppo eroga corsi di formazione su tematiche e procedure relative al rispetto dei diritti umani.	KPI non GRI: operazioni valutate in ambito diritti umani
Promozione di stili di vita sostenibili	Consco del proprio ruolo di abilitatore nei confronti dei propri clienti e stakeholder, il Gruppo promuove l'adozione di stili di vita salutari, favorendo l'uso di prodotti alimentari sostenibili e diffondendo le buone pratiche per un'alimentazione sana ed equilibrata.	-

Gestione responsabile della supply chain	Una gestione della catena di fornitura non responsabile potrebbe contribuire a determinare impatti negativi di carattere ambientale e sociale. Pertanto, il Gruppo De' Longhi ha adottato strumenti e meccanismi che concretizzano il suo impegno verso la mitigazione del rischio che l'impatto si realizzi.	GRI 414-1 GRI 308-1
Innovazione ed eco-design	L'impiego non responsabile dei materiali, compresa la loro scelta in fase di approvvigionamento, potrebbe causare dei danni all'ecosistema. Per questo motivo, il Gruppo ha implementato delle linee guida con l'obiettivo di promuovere soluzioni innovative e sostenibili nella scelta dei materiali.	-
Sicurezza del prodotto ed etichettatura	Un'etichettatura non trasparente e completa potrebbe contribuire a determinare un uso incorretto del prodotto e causare danni alla sicurezza del consumatore. Allo stesso tempo, anche il mancato presidio delle tematiche di qualità nella fase di approvvigionamento e produzione potrebbe generare delle ricadute in tal senso. Pertanto, il Gruppo si impegna a garantire controlli costanti sulla qualità e sulla sicurezza del prodotto, così come sulla trasparenza nell'etichettatura.	GRI 416-1, 416-2 GRI 417-1, 417-2, 417-3
Soddisfazione del consumatore	De' Longhi attribuisce massima importanza alla soddisfazione dei propri consumatori. Per questo, promuove attività di indagine sulle necessità e preferenze dei propri clienti, al fine di instaurare con essi un rapporto duraturo e di fiducia.	-
Etica e integrità del business	De' Longhi si impegna a svolgere il proprio business ispirandosi ai principi di integrità, trasparenza, legalità, imparzialità, prudenza, e nel rispetto delle leggi.	GRI 205-2 (b, c, e), 205-3
Attrazione e sviluppo di talenti	Insieme alla soddisfazione dei propri dipendenti, un aspetto fondamentale per il Gruppo è lo sviluppo dei talenti, leva che permette di garantire stabilità, attrattività e creazione di posti di lavoro, investendo costantemente sul capitale umano.	GRI 404-1, 404-3
Utilizzo dei dati dei consumatori	Attraverso la promozione di campagne di sensibilizzazione riguardanti i rischi legati alla diffusione dei dati personali, il Gruppo si impegna a garantire la tutela della privacy dei consumatori.	GRI 418-1



Il perimetro di reporting

Il presente documento rappresenta la sesta edizione del Report di Sostenibilità del Gruppo De' Longhi e contiene la descrizione delle iniziative e delle attività riferite all'esercizio 2022, come anche i trend di performance del triennio 2020-2022. La raccolta degli indicatori di performance e la periodicità di rendicontazione hanno una cadenza annuale.

Il perimetro di rendicontazione coincide con quello del Bilancio Consolidato, ovvero include le società consolidate integralmente per la reportistica finanziaria con riferimento alle Continuing Operations, se non diversamente specificato. Per quanto riguarda l'esercizio 2022, si segnala che:

- le società De'Longhi Brasil - Comércio e Importação Ltda e Tasfiye Halinde De'Longhi Bosphorus Ev Aletleri Ticaret Anonim Sirketi sono state escluse in quanto attualmente in liquidazione o inattive e con nessun dipendente registrato al 31.12;
- i dati riportati all'interno del documento includono le società appartenenti al Gruppo Capital Brands, oggetto di acquisizione a fine dicembre 2020, ed Eversys, la cui acquisizione della quota di controllo è stata perfezionata nel corso del 2021. La data di inclusione nel perimetro di consolidamento è coerente con quanto già previsto per i dati finanziari. In relazione alle suddette acquisizioni, i dati relativi al 2021 potrebbero non essere del tutto omogenei rispetto ai precedenti esercizi del triennio di rendicontazione.

L'anno di rendicontazione cui si riferiscono le informazioni e i dati inseriti nella presente sezione è il 2022. Eventuali eccezioni sono indicate nelle singole sezioni sottostanti della presente nota metodologica. [GRI 2-2, GRI 2-3]

In coerenza con il Bilancio Consolidato, i dati riportati sono stati aggregati nelle seguenti aree:

- Europa.
- APA (Asia, Pacific, Americhe).
- MEIA (Middle East, India e Africa).

La metodologia di calcolo

Si riportano nel seguito le indicazioni metodologiche per alcuni indicatori riportati all'interno del presente Report di Sostenibilità.

Le persone del Gruppo De' Longhi

Il calcolo del personale del Gruppo suddiviso per area geografica, genere e tipologia contrattuale è stato svolto rispetto ai dati ricevuti dai diversi uffici e filiali commerciali.

Formazione in ambito anticorruzione

Per quanto riguarda l'area APA sono state considerate le ore associate ai corsi di formazione per i nuovi assunti che includono anche aspetti di etica del business o di anticorruzione.

Gli indici infortunistici

Gli indici infortunistici sono stati calcolati come riportato di seguito:

- **l'indice di frequenza degli infortuni** è il rapporto fra numero totale di infortuni e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 1.000.000 e sono esclusi dal calcolo del tasso di infortunio gli infortuni in itinere;
- **l'indice di frequenza delle malattie professionali** è il rapporto fra numero totale di malattie professionali accertate e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 1.000.000;
- **l'indice di gravità** è il rapporto tra il numero totale di giornate di lavoro perse per infortunio e il numero totale di ore lavorabili, moltiplicato per 1.000;
- **le giornate di lavoro perse** rappresentano i

giorni di calendario persi per infortunio a partire dal giorno seguente l'infortunio;

- **il tasso di assenteismo** il rapporto percentuale tra i giorni di assenza (per incapacità al lavoro) nel periodo di rendicontazione e il numero totale dei giorni lavorabili nello stesso periodo;

Sono inclusi nel calcolo degli indici su tutto il triennio i soli dipendenti, mentre è escluso il personale in stage o assunto con contratto a progetto.

I consumi energetici

I fattori di conversione utilizzati per uniformare i consumi energetici provengono dalla tabella "UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting - Fuel properties" del DEFRA, nell'ultima versione disponibile più recente.

Nel corso del triennio 2020 - 2022, presso gli stabilimenti del Gruppo sono stati prodotti rispettivamente 57,6 e 2,5 GJ e 2,6 GJ di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili, poi ceduti alla rete nazionale. Si segnala che in relazione ai consumi di energia elettrica degli uffici di Campi Bisenzio durante l'anno 2018 è avvenuto un cambio di metodologia di misurazione.

Le emissioni di gas ad effetto serra

Le emissioni di gas serra sono state calcolate secondo i principi indicati negli standard internazionali ISO 14064-1. In particolare, si noti che l'unico gas serra considerato è stato l'anidride carbonica (CO₂). L'energia autoprodotta da fonti rinnovabili non è rientrata all'interno del calcolo di emissioni di gas a effetto serra in quanto considerate ad emissioni di gas serra nulle.

I fattori di emissione utilizzati per il calcolo delle emissioni di CO₂ sono stati determinati nel seguen-

te modo:

- **Emissioni dirette (Scopo 1):** le emissioni legate al consumo di gas naturale e diesel per il riscaldamento e alla benzina, diesel e GPL per la flotta aziendale sono state determinate utilizzando come fattori di emissione quelli riportati nella *Tabella dei parametri standard nazionali*, pubblicata dal Ministero Italiano per l'Ambiente, per gli anni 2020, 2021 e 2022.
- **Emissioni indirette (Scopo 2):** le emissioni indirette corrispondono ai consumi di energia elettrica e ai consumi legati al teleriscaldamento. Le prime sono state calcolate secondo l'approccio *location based* e *market based*:
 - Per il calcolo delle emissioni *location based* sono stati utilizzati i fattori, per ciascun Paese in cui il Gruppo opera, presenti nella *Tabella 49 - Principali indicatori socio-economici ed energetici* pubblicata da Terna nella sezione Confronti Internazionali, che hanno come fonte Enerdata. Tali fattori di emissione vengono aggiornati periodicamente; pertanto, sono stati utilizzati nella loro versione più recente (2019) per calcolare le emissioni indirette del 2022 e del 2021, e nella versione 2018 per quelle relative al 2020. Nel caso in cui un paese non fosse presente nella lista all'interno della Tabella di cui sopra, si è proceduto ad associargli il fattore di emissione del proprio continente. Nel caso di uffici riferiti a più paesi è stato utilizzato, in maniera conservativa, il fattore di emissione più alto tra quelli dei paesi rappresentati.
 - Per il calcolo delle emissioni *market based* sono stati utilizzati, dove disponibili, i *residual mix* riportati nel documento "European Residual Mixes", pubblicato da AIB e disponibile per gli anni 2019-2021. Per gli Stati Uniti d'America, per il calcolo delle emissioni 2020, 2021 e 2022 è stato utilizzato un *residual mix* medio

per *eGrid Subregion* calcolato sulla base dei *residual mix* riportati all'interno del documento 2020 *Green-e Residual Mix Emissions Rates* disponibile per l'anno 2020. Per il Canada è stato utilizzato un *residual mix* medio per *NERC Region* calcolato sulla base dei *residual mix* riportati all'interno del documento *Green-e Energy Residual Mix Emissions Rates* disponibile per l'anno 2018. Per i paesi per i quali non è risultato disponibile alcun *residual mix* si è utilizzato, in maniera conservativa, il fattore di emissione *location based* riportato nella Tabella di Terna di cui sopra.

Le emissioni legate al teleriscaldamento sono state calcolate utilizzando i fattori di emissione riportati nelle tabelle del documento "UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting" pubblicato dal *Department for Environment Food & Rural Affairs (DEFRA)* disponibili per il triennio 2019-2020-2021.

Indicatori di qualità

Il **first time quality (FTQ) indicator** è il rapporto percentuale tra i prodotti che non hanno mostrato difettosità funzionali o estetiche sul totale della produzione dell'anno;

Il **service call rate (SCR)** è il rapporto percentuale tra le macchine riparate nel primo anno di garanzia e il totale dei prodotti venduti nell'anno. Tale indicatore viene calcolato trimestralmente su una base mobile di 12 mesi;

il **first time fix (FTF) indicator** è il rapporto percentuale tra i prodotti riparati che non hanno avuto necessità di nuovi interventi di assistenza nei sei mesi successivi e il totale dei prodotti riparati.



6 Allegati



Allegati

Si riportano di seguito le tabelle di dettaglio relative agli indicatori, in conformità ai GRI Standards.

Le persone del Gruppo De' Longhi

GRI 2-7: Dipendenti															
Dipendenti, per tipologia di contratto	Italia			Europa			America & Asia-Pacific			MEIA			Gruppo De' Longhi		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Numero di dipendenti per tipologia di contratto															
Tempo indeterminato	1.651	1.708	1.710	4.284	4.624	3.837	2.621	2.710	2.388	51	58	52	8.607	9.100	7.987
<i>di cui donne</i>	646	676	684	2.617	2.776	2.271	1.250	1.273	1.110	22	23	21	4.535	4.748	4.086
<i>di cui uomini</i>	1.005	1.032	1.026	1.667	1.848	1.566	1.371	1.437	1.278	29	35	31	4.072	4.352	3.901
Tempo determinato	34	31	22	131	417	171	605	803	374	1	1	1	771	1.252	568
<i>di cui donne</i>	17	17	15	76	211	61	273	358	200	1	-	1	367	586	277
<i>di cui uomini</i>	17	14	7	55	206	110	332	445	174	-	1	-	404	666	291
Totale	1.685	1.739	1.732	4.415	5.041	4.008	3.226	3.513	2.762	52	59	53	9.378	10.352	8.555
Numero di dipendenti per tipologia di contratto															
Full-time	1.567	1.637	1.635	4.302	4.784	3.778	3.214	3.484	2.752	51	58	52	9.134	9.963	8.217
<i>di cui donne</i>	549	594	604	2.601	2.789	2.155	1.512	1.613	1.301	22	23	21	4.684	5.019	4.081
<i>di cui uomini</i>	1.018	1.043	1.031	1.701	1.995	1.623	1.702	1.871	1.451	29	35	31	4.450	4.944	4.136
Part-time	118	102	97	113	257	230	12	29	10	1	1	1	244	389	338
<i>di cui donne</i>	114	99	95	92	197	180	11	18	9	1	-	1	218	314	285
<i>di cui uomini</i>	4	3	2	21	60	50	1	11	1	-	1	-	26	75	53
Totale	1.685	1.739	1.732	4.415	5.041	4.008	3.226	3.513	2.762	52	59	53	9.378	10.352	8.555
Numero di dipendenti per genere															
Totale donne	663	693	699	2.693	2.987	2.332	1.523	1.631	1.310	23	23	22	4.902	5.334	4.363
Totale uomini	1.022	1.046	1.033	1.722	2.054	1.676	1.703	1.882	1.452	29	36	31	4.476	5.018	4.192

Nel corso dell'anno il Gruppo si è avvalso della collaborazione di circa 376 contrattisti operanti presso gli stabilimenti produttivi.

GRI 401-1 (a): Numero totale e tasso di nuovi dipendenti assunti a tempo indeterminato per genere e area geografica, 2022

Area geografica	Donne		Uomini		Totale	
	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)
Italia	43	6,4%	47	4,6%	90	5,3%
Europa	404	14,6%	361	19,5%	765	16,5%
America & Asia-Pacific	321	25,2%	527	36,7%	848	31,3%
MEIA	6	26,1%	3	8,6%	9	15,5%
Gruppo	774	16,3%	938	21,6%	1.712	18,8%

GRI 401-1 (b): Numero totale e tasso di dipendenti a tempo indeterminato cessati per genere e area geografica, 2022

Area geografica	Donne		Uomini		Totale	
	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)	Tot. (n.)	Tot. (%)
Italia	39	5,8%	73	7,1%	112	6,6%
Europa	938	33,4%	672	36,4%	1.610	34,8%
America & Asia-Pacific	424	33,3%	638	44,4%	1.062	39,2%
MEIA	6	26,1%	7	20,0%	13	22,4%
Gruppo	1.407	29,6%	1.390	31,9%	2.797	30,7%

GRI 405-1: Composizione per età e genere degli organi di governo

Composizione del CdA della Capogruppo	Unità di misura	Italia			
		2020	2021	2022	
Uomini	Meno di 30 anni	n	-	-	-
	Da 30 a 50 anni	n	1	-	-
	Oltre 50 anni	n	7	8	6
Totale uomini	n	8	8	6	
Donne	Meno di 30 anni	n	-	-	-
	Da 30 a 50 anni	n	1	1	1
	Oltre 50 anni	n	3	3	4
Totale donne	n	4	4	5	
Totale	n	12	12	11	

GRI 405-1: Composizione per età e genere dei dipendenti			
Composizione del personale - Dettaglio al 2022		Unità di misura	Gruppo De' Longhi
Manager			
Uomini	Meno di 30 anni	%	-
	Da 30 a 50 anni	%	1,9%
	Oltre 50 anni	%	1,4%
Totale uomini		%	3,3%
Donne	Meno di 30 anni	%	-
	Da 30 a 50 anni	%	0,7%
	Oltre 50 anni	%	0,2%
Totale donne		%	0,9%
Totale		%	4,2%
Impiegati			
Uomini	Meno di 30 anni	%	2,8%
	Da 30 a 50 anni	%	13,3%
	Oltre 50 anni	%	4,2%
Totale uomini		%	20,3%
Donne	Meno di 30 anni	%	3,0%
	Da 30 a 50 anni	%	11,2%
	Oltre 50 anni	%	2,5%
Totale donne		%	16,8%
Totale		%	37%
Operai			
Uomini	Meno di 30 anni	%	4,5%
	Da 30 a 50 anni	%	14,6%
	Oltre 50 anni	%	6,4%
Totale uomini		%	25,5%
Donne	Meno di 30 anni	%	4,6%
	Da 30 a 50 anni	%	20,8%
	Oltre 50 anni	%	7,8%
Totale donne		%	33,2%
Totale		%	58,7%

GRI 403-9 - Infortuni e indici infortunistici				
Aggregato di Gruppo		2020	2021	2022
Ore lavorate totali	h.000	20.017	21.227	18.873
Infortuni	n.	50	82	54
<i>i cui in itinere per trasporti organizzati dal Gruppo</i>	n.	4	4	-
Infortuni con conseguenze gravi	n.	-	-	-
Infortuni mortali	n.	-	-	-
Malattie professionali	n.	4	2	2
Indice di frequenza	-	2,5	3,9	2,9
Indice di frequenza di infortuni con conseguenze gravi	-	-	-	-
Indice di mortalità	-	-	-	-
Tasso di malattia occupazionale	-	0,2	0,1	0,1

GRI 403-9 - Infortuni e indici infortunistici dei contrattisti				
Aggregato di Gruppo		2020	2021	2022
Ore lavorate totali	h.000	2.644	5.343	2.120
Infortuni	n.	4	12	14
<i>di cui in itinere per trasporti organizzati dal Gruppo</i>	n.	-	7	5
Infortuni con conseguenze gravi	n.	-	-	-
Infortuni mortali	n.	-	-	-
Indice di frequenza	-	1,5	2,2	6,6
Indice di frequenza di infortuni con conseguenze gravi	-	-	-	-
Indice di mortalità	-	-	-	-

La riduzione degli impatti ambientali

GRI 302-1: Consumi energetici										
Consumi energetici	u.m.	Siti produttivi			Altre tipologie di sede ⁶			Gruppo De' Longhi		
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Consumi diretti da fonti non rinnovabili										
Benzina	GJ	2.824	3.948	4.945	6.646	7.181	8.883	9.470	11.129	13.828
Gasolio	GJ	5.180	6.991	5.696	16.010	18.274	18.759	21.189	25.265	24.455
Gas naturale	GJ	46.388	42.869	66.777	5.034	5.115	5.934	51.422	47.984	72.711
GPL	GJ	587	518	347	667	712	707	1.254	1.231 ⁷	1.054
Olio combustibile	GJ	-	-	-	142	61	1	142	61	1
Totale	GJ	54.979	54.327	77.765	28.498	31.343	34.284	83.477	85.670	112.049
Consumi diretti da fonti rinnovabili										
En. elettrica prodotta da rinnovabili e consumata	GJ	3.567	3.423	3.338	40	-	-	3.607	3.423	3.338
Totale consumi diretti	GJ	58.546	57.750	81.103	28.538	31.343	34.284	87.084	89.093	115.387
Consumi indiretti										
Energia elettrica	GJ	257.881	296.557	218.380	28.984	34.291	35.398	286.865	330.848	253.778
Teleriscaldamento	GJ	-	-	-	2.113	2.322	2.599	2.113	2.322	2.599
Raffrescamento	GJ	-	-	-	-	-	367	-	-	367
Totale consumi indiretti	GJ	257.881	296.557	218.380	31.097	36.613	38.364	288.978	333.170	256.744
Consumi totali	GJ	316.427	354.307	299.483	59.635	67.956	72.648	376.062	422.263	372.130

6 La voce "Altre tipologie di sede" include gli uffici, le filiali distributive, i magazzini e, in generale, tutte le realtà non produttive del Gruppo De' Longhi.

7 Il dato relativo all'utilizzo di GPL per il 2021 è comprensivo del consumo da parte di un asset fisico del Gruppo De' Longhi il cui quantitativo non risultava disponibile per il 2020.

GRI 305-1 e GRI 305-2: Emissioni dirette e indirette di gas serra (GHG) Scopo 1 e Scopo 2

Emissioni [ton CO ₂]	Siti produttivi			Altre tipologie di sede ⁸			Gruppo De' Longhi		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Dirette	3.235	3.249	3.067	2.003	2.215	2.416	5.238	5.464	5.483
Indirette - Location Based	31.567	35.523	25.544	3.225	3.460	3.608	34.792	38.983	29.152
Indirette - Market Based	33.854	23.452	16.417	3.980	1.974	4.259	37.833	25.426	20.496
TOT (Dirette + Indirette - Location Based)	34.802	38.772	28.611	5.228	5.675	6.024	40.030	44.447	34.635
TOT (Dirette + Indirette - Market Based)	37.089	26.701	19.484	5.983	4.189	6.675	43.072	30.890	25.979

GRI 306-3, 306-4 e 306-5 (2020): Rifiuti prodotti per tipologia e metodo di smaltimento

Metodo di smaltimento	Rifiuti pericolosi [ton]						Rifiuti non pericolosi [ton]					
	2020	%	2021	%	2022	%	2020	%	2021	%	2022	%
Riuso	2	0,9%	1	0,3%	1	0,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Recupero	58	29,2%	21	7,3%	19	9,8%	1.907	20,3%	2.396	19,4%	2.055	22,6%
Incenerimento (incluso il recupero di energia)	16	8,2%	33	11,4%	46	24,5%	550	5,9%	904	7,3%	500	5,5%
Incenerimento	38	19,4%	48	16,4%	28	14,6%	0	0,0%	0	0,0%	18	0,2%
Riciclo	34	17,1%	10	3,4%	35	18,3%	6.658	70,9%	8.572	69,2%	5.989	65,8%
Compostaggio	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	98	1,0%	198	1,6%	50	0,6%
Stoccaggio	34	17,1%	51	17,6%	7	3,6%	21	0,2%	23	0,2%	14	0,1%
Discarica	16	8,1%	67	23,0%	11	5,6%	91	1,0%	215	1,7%	190	2,1%
Altro - Trattamento chimico	0,2	0,1%	59	20,4%	44	23%	0	0,0%	5	0,0%	277	3,0%
Altro - Trattamento biologico	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	64	0,7%	67	0,5%	12	0,1%
Totale rifiuti prodotti	198	100%	290	100%	190	100%	9.390	100%	12.379	100%	9.104	100%

8 La voce "Altre tipologie di sede" include gli uffici, le filiali distributive, i magazzini e, in generale, tutte le realtà non produttive del Gruppo De' Longhi.



GRI Content Index



GRI 1: DICHIARAZIONE D'USO

Dichiarazione d'uso	Il Gruppo De' Longhi S.p.A. ha riportato le seguenti informative nel GRI Content Index per il periodo di rendicontazione 01/01/2022 - 31/01/2022, secondo la modalità <i>in accordance</i> to GRI Standard
Utilizzato GRI 1	GRI 1: Principi Fondamentali 2021
Standard di settore GRI pertinenti	[N/A]

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione	Nota	Omissioni
GRI 2: GENERAL DISCLOSURES 2021				
L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione				
2-1	Dettagli organizzativi	1.1 Chi siamo e dove operiamo		
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	5. Nota Metodologica		
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	5. Nota Metodologica		
2-4	Revisione delle informazioni			L'organizzazione non ha effettuato nessuna revisione nel periodo di rendicontazione
2-5	Assurance esterna	Il presente documento non è stato oggetto di attività di assurance		
Attività e lavoratori				
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.1 Chi siamo e dove operiamo 1.2 Realizzare un'impresa di valore		
2-7	Dipendenti	6. Allegati 2.1 La comunità degli Everyday Makers		
2-8	Lavoratori non dipendenti	6. Allegati		

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione	Nota	Omissioni
Governance				
2-9	Struttura e composizione della governance	1.2 Realizzare un'impresa di valore 1.3 Il nostro percorso di sostenibilità		
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	1.2 Realizzare un'impresa di valore		
2-11	Presidente del massimo organo di governo	1.2 Realizzare un'impresa di valore		
2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	1.3 Il nostro percorso di Sostenibilità		
2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	1.3 Il nostro percorso di Sostenibilità		
2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	1.3 Il nostro percorso di Sostenibilità		
2-15	Conflitti d'interesse	1.2 Realizzare un'impresa di valore		
2-16	Comunicazione delle criticità	1.2 Realizzare un'impresa di valore		
2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	1.3 Il nostro percorso di Sostenibilità		
2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo	1.2 Realizzare un'impresa di valore		
2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	1.2 Realizzare un'impresa di valore		
2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	1.2 Realizzare un'impresa di valore		
2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale		Informazione non rendicontata per ragioni di riservatezza	
Strategia, politiche e prassi				
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	1.3 Il nostro percorso di Sostenibilità		
2-23	Impegno in termini di policy	1.2 Realizzare un'impresa di valore 1.3 Il nostro percorso di Sostenibilità		
2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	1.2 Realizzare un'impresa di valore 1.3 Il nostro percorso di Sostenibilità		
2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	1.3 Il nostro percorso di Sostenibilità; Nota metodologica		

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione	Nota	Omissioni
2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	1.2 Realizzare un'impresa di valore		
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	3.1 Design, qualità e funzionamento del DNA di ogni prodotto		
2-28	Appartenenza ad associazioni	1.2 Realizzare un'impresa di valore		
Coinvolgimento degli stakeholder				
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	1.2 Realizzare un'impresa di valore		
2-30	Contratti collettivi	2.1 La comunità degli Everyday Makers		
GRI 3 TEMI MATERIALI 2021				
3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	5. Nota Metodologica		
3-2	Elenco di temi materiali	5. Nota Metodologica		

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione	Note	Omissioni
MATERIAL TOPICS				
INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA				
PERFORMANCE ECONOMICA				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 1.2 Realizzare un'impresa di valore		
GRI 201: Performance Economica 2016				
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	1.2 Realizzare un'impresa di valore		
ANTICORRUZIONE				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 1.2 Realizzare un'impresa di valore		
GRI 205: Anticorruzione 2016				
205-2	Comunicazione e formazione riguardo a politiche e procedure sull'anticorruzione	1.2 Realizzare un'impresa di valore		La rendicontazione non comprende la comunicazione e formazione rivolta ai membri degli enti di governo
205-3	Incidenti di corruzione e azioni intraprese	1.2 Realizzare un'impresa di valore		
COMPORTEMENTO ANTI CONCORRENZIALE				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 1.2 Realizzare un'impresa di valore		
GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale 2016				
206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, anti-trust e pratiche monopolistiche	1.2 Realizzare un'impresa di valore		
INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE				
ENERGIA				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 4.3 La nostra impronta ambientale		
GRI 302: Energia 2016				
302-1	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione	4.3 La nostra impronta ambientale		
302-3	Intensità energetica	4.3 La nostra impronta ambientale		
302-4	Riduzione del consumo di energia	4.3 La nostra impronta ambientale		

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione	Note	Omissioni
EMISSIONI				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	4.3 La nostra impronta ambientale 5. Nota Metodologica		
GRI 305: Emissioni 2016				
305-1	Emissioni dirette di gas ad effetto serra (Scopo 1)	4.3 La nostra impronta ambientale		
305-2	Emissioni indirette di gas ad effetto serra (Scopo 2)	4.3 La nostra impronta ambientale		
305-4	Intensità di emissione di gas ad effetto serra	4.3 La nostra impronta ambientale		
RIFIUTI				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	4.3 La nostra impronta ambientale 5. Nota Metodologica		
GRI 306: Rifiuti 2020				
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	4.3 La nostra impronta ambientale		
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	4.3 La nostra impronta ambientale		
306-3	Rifiuti prodotti	6. Allegati		
306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	6. Allegati		
306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	6. Allegati		
VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 4.2 Responsabilità lungo tutta la catena del valore		
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori				
308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	4.2 Responsabilità lungo tutta la catena del valore		

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione	Note	Omissioni
INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE				
OCCUPAZIONE				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica		
GRI 401: Occupazione 2016				
401-1	Nuove assunzioni e turnover	6. Allegati		
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 2.3 Salute e sicurezza sul luogo del lavoro		
GRI 403: Salute e Sicurezza sul lavoro 2018				
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	2.3 Salute e sicurezza sul luogo del lavoro		
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	2.3 Salute e sicurezza sul luogo del lavoro		
403-3	Servizi di medicina del lavoro	2.3 Salute e sicurezza sul luogo del lavoro		
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	2.3 Salute e sicurezza sul luogo del lavoro		
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	2.3 Salute e sicurezza sul luogo del lavoro		
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	2.3 Salute e sicurezza sul luogo del lavoro		
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	2.3 Salute e sicurezza sul luogo del lavoro		
403-9	Infortuni sul lavoro	2.3 Salute e sicurezza sul luogo del lavoro 6. Allegati		

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione	Note	Omissioni
FORMAZIONE E ISTRUZIONE				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 2.2 Supportare le nostre persone nel percorso di crescita		
GRI 404: Formazione e Istruzione 2016				
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	2.2 Supportare le nostre persone nel percorso di crescita		
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una regolare valutazione delle performance e una revisione dello sviluppo della propria carriera	2.2 Supportare le nostre persone nel percorso di crescita		
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 2.1 La comunità degli Everyday Makers		
GRI 405: Diversità e Pari opportunità 2016				
405-1	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti in base a genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	2.1 La comunità degli Everyday Makers 6. Allegati		
NON DISCRIMINAZIONE				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 2.1 La comunità degli Everyday Makers		
GRI 406: Non discriminazione 2016				
406-1	Numero totale di episodi di discriminazione e azioni correttive intraprese	2.1 La comunità degli Everyday Makers		

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione	Note	Omissioni
VALUTAZIONE DEI FORNITORI PER IMPATTI SOCIALI				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 4.2 Responsabilità lungo tutta la catena del valore		
GRI 414: Valutazione dei fornitori per impatti sulla società 2016				
414 -1	Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali	4.2 Responsabilità lungo tutta la catena del valore		
SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto		
GRI 416: Salute e Sicurezza dei consumatori 2016				
416-1	Valutazioni degli impatti dei prodotti e servizi su salute e sicurezza	3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto		
416-2	Casi di non-conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi durante il loro ciclo di vita	3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto		
MARKETING ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 1.2 Realizzare un'impresa di valore 3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto		
GRI 417: Marketing ed Etichettatura dei prodotti 2016				
417-1	Requisiti per le informazioni e l'etichettatura dei prodotti	1.2 Realizzare un'impresa di valore 3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto		
417-2	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e le etichettature dei prodotti/servizi	1.2 Realizzare un'impresa di valore 3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto		
417-3	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le attività di marketing, incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	1.2 Realizzare un'impresa di valore		

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione	Note	Omissioni
PRIVACY DEL CLIENTE				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto		
GRI 418: Privacy del cliente 2016				
418-1	Reclami motivati relativi a perdita di dati del cliente	3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto		
INDICATORI NON GRI				
INNOVAZIONE ED ECO-DESIGN				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto		
	First time fix (FTF) indicator	3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto		
	First time quality (FTQ) indicator	3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto		
SODDISFAZIONE DEL CONSUMATORE				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto		
	Service call rate (SCR) indicator	3.1 Design, qualità e funzionalità nel DNA di ogni prodotto		
PROMOZIONE DI STILI DI VITA SOSTENIBILI				
GRI 3: Temi materiali 2021				
3-3	Gestione dei temi materiali	5. Nota Metodologica 1.3 Il nostro percorso di Sostenibilità		
INDICATORI NON MATERIALI				
GRI 305: Emissioni 2016				
305-7	Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo (SOx) e altre emissioni nell'aria rilevanti	4.3 La nostra impronta ambientale		
GRI 415: Politica pubblica 2016				
415-1	Contributi politici	1.2 Realizzare un'impresa di valore		

DēLonghi Group



KENWOOD

BRAUN

nutribullet.

Ariete